

Université Assane SECK de Ziguinchor



Unité de Formation et de Recherches en Sciences Economiques et Sociales

Département Economie-Gestion

Master Entrepreneuriat et Développement

Spécialité: Economie du Développement

Thème : Les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor

Mémoire de fin d'étude présenté et soutenu par **Janvier BASSENE** en vue de l'obtention du diplôme de Master II de l'Université Assane SECK de Ziguinchor (UASZ) sous la direction du **Dr Souleymane MBAYE Maître Assistant à L'UASZ**

Membres du jury:

Pr Abdoul Aziz NIANG Maître de conférence à L'UASZ (Président)

Dr Mor NDONGO Maître Assistant Associé à L'UASZ (Examineur)

ANNÉE UNIVERSITAIRE: 2015-2016

REMERCIEMENTS :

Je remercie tous ceux qui m'ont aidé à la réalisation de ce mémoire plus particulièrement :

Mon encadreur le Dr Souleymane MBAYE ;

Mr Alphonse Mané SAMBOU et Mr FAHAD Assaendi pour leur soutien et leur disponibilité ;

Mr Boubacar DIEDHIOU, Agent technique de la chambre des métiers de Ziguinchor ;

Ma mère Marie TENDENG qui m'a donné tout l'amour qu'un enfant peut espérer dans sa vie, qui m'a fait comprendre le véritable sens de la vie avec ses conseils ;

Mon oncle Edouard TENDENG qui m'a donné l'éducation qu'il faut, paix à son âme et que Dieu l'accueille dans son paradis ;

Estella BASSENE pour son soutien et ses encouragements;

Tous les entrepreneurs artisans qui ont accepté de me recevoir et de répondre à mes questions.

DEDICACE

Je dédie ce travail à CHARLES ALEXANDRE BASSENE

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AFVP : Association Française des Volontaires du Progrès

ANSD : Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie

APCM : Assemblée Permanente des Chambres de Métiers

APDA : Agence de la Promotion et du Développement de l'Artisanat

APIX : Agence Nationale de Promotion de l'Investissement et des Grands Travaux

BTP : Bâtiments et Travaux Publics

CM : Chambre des Métiers

CRFP : Centres Régionaux de formation Professionnelle

DA : Direction de l'Artisanat

DPME : Direction des Petites et Moyennes Entreprises

ENSIS : Enquête Nationale sur le Secteur Informel au Sénégal

ESPS : Enquête de Suivi de la Pauvreté au Sénégal

FCFA : Franc de la Communauté Financière Africaine

GIE : Groupement d'Intérêt Economique

INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

MEFM : Ministère de la PME, de l'Entrepreneuriat Féminin et de la Microfinance

ONG : Organisation Non Gouvernementale

OSA : Office Sénégalais de l'Artisanat

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PMI : Petites et Moyennes Industries

RGPHAE : Recensement Général de la Population, de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Elevage

SONEPI : Société Nationale d'Etudes et de Promotion Industrielle

SOSEPRA : Société Sénégalaise de Promotion de l'Artisanat

SRSDZ : Service Régional de la Statistique et de la Démographie de Ziguinchor

TPE : Très Petites Entreprises

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

UNCM : Union Nationale des Chambres de Métiers

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Nombre d'entreprises artisanales par région en 1992

Tableau 2 : Répartition par région et par catégorie de corps de métiers

Tableau 3 : Répartition des entreprises par taille

Tableau 4 : Répartition du nombre d'entreprises par région en 2004

Tableau 5 : Découpage administratif de la commune de Ziguinchor

Tableau 6 : Corps de Métiers répertoriés à la Chambre de Métiers de Ziguinchor en 2013

Tableau 7 : Répartition des artisans inscrits à la chambre des métiers selon la section de 2008 à 2013

Tableau 8 : Répartition des inscrits selon la section et le département entre 2012 et 2013

Tableau 9 : Répartition des entrepreneurs artisans selon la situation matrimoniale et l'âge

Tableau 10 : Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'étude et la formation professionnelle

Tableau 11 : Répartition des entrepreneurs selon le nombre d'employé et par tranche de salaires versés

Tableau 12 : Répartition des entrepreneurs selon le nombre de personnes en charge et la dépense quotidienne

Tableau 13 : Répartition des variables exogènes selon les réponses apportées

Tableau 14 : Récapitulatif des variables du modèle

Tableau 15 : Régression avec estimation des paramètres

Tableau 16 : Régression avec estimation des odds-ratios

Tableau 17 : Test de normalité des erreurs

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Evolution des unités artisanales par région en 1992 et 2004

Graphique 2 : Evolution des artisans inscrits à la chambre des métiers de 2008 à 2013

Graphique 3 : Répartition de l'échantillon utilisé selon la section

Graphique 4 : Répartition des entrepreneurs selon le genre

Graphique 5 : Répartition des entrepreneurs artisans selon l'âge

Graphique 6 : Répartition des entrepreneurs artisans selon la situation matrimoniale

Graphique 7 : Répartition des entrepreneurs selon leur ethnie

Graphique 8 : Répartition des entrepreneurs selon le milieu de provenance

Graphique 9 : Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'étude

Graphique 10 : Répartition des entrepreneurs selon la propriété

Graphique 11 : Répartition des entrepreneurs selon l'effectif dans les entreprises

Graphique 12 : Répartition des entrepreneurs selon le niveau de revenu

Graphique 13 : Répartition des entrepreneurs en fonction du montant de la taxe

Graphique 14 : Répartition des entreprises selon la distance au centre-ville

Graphique 15 : Répartition des entreprises artisanales selon le nombre d'années d'existence

Graphique 16 : Répartition en pourcentage de quelques stratégies utilisées par les entreprises artisanales enquêtées

SOMMAIRE

Introduction Générale.....	2
Première partie : Revue de la littérature et contexte de l'étude.....	5
Chapitre 1 : LA REVUE CRITIQUE DE LA LITTERATURE	6
I. Le cadre conceptuel.....	6
II. Les stratégies de développement de l'entreprise artisanale et leurs relations.....	11
II. Les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans.....	15
CHAPITRE 2 : L'ARTISANAT AU SENEGAL	17
I. La place de l'artisanat dans l'économie Sénégalaise	17
II. Le secteur artisanal de la région de Ziguinchor	24
Deuxième partie : L'approche empirique.....	30
CHAPITRE 3 : LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	31
I. Les méthodes de collecte des données	31
II. La méthode de traitement des données	34
CHAPITRE 4 : ANALYSES DES RESULTATS ET DISCUSSIONS	35
I. Analyses des résultats statistiques.....	35
II. Analyses des résultats de la régression et discussions	47
CONCLUSION	57

Introduction Générale

I. Contexte et problématique

Au Sénégal, comme dans la plupart des pays en développement, l'économie informelle représente un fort potentiel de création d'emplois et de revenus. Il emploie 2 216 717 individus (ENSIS, 2011)¹, soit 48,8% de la population active occupée estimée à 4 538 360 personnes par l'ANSD (ESPS II²). Il a produit 4 336 milliards de FCFA en 2010, soit 39,8% de la production nationale et a créé 2 655 milliards de FCFA de valeur ajoutée représentant 41,6% du PIB et 57,7% de la valeur ajoutée non agricole (ENSIS, 2011).

En effet, après son indépendance, l'économie du Sénégal restait dominée par le secteur primaire dans lequel l'agriculture notamment la culture arachidière destinée à la commercialisation était l'activité dominante. Cette situation héritée de la colonisation, perdurera jusqu'en 1965 quand cette spéculation commença à rencontrer des difficultés notamment la diminution de la production et l'annulation du soutien de la France. Ce qui a conduit à une baisse du prix de l'arachide. A cela, il faut ajouter la grande sécheresse des années 70 qui a réduit fortement la production agricole et par la même occasion a entraîné la famine surtout dans les zones rurales qui ne vivaient que de l'agriculture.

On assiste ainsi à un départ des populations des zones rurales vers les villes et centres urbains à la recherche d'un travail. Faute de qualification professionnelle, une grande partie de cette population ne trouvera pas un emploi et commencera à s'intéresser aux petites activités économiques notamment dans le secteur artisanal. Ce secteur occupe une place prépondérante dans les efforts de valorisation des potentialités économiques, sociales et culturelles du Sénégal. Avec un effectif estimé à plus de 378 987 personnes travaillant en toute saison dans 122 902 unités artisanales et une contribution au PIB de près de 18 %, l'artisanat absorbe 30 à 60%³ de la main d'œuvre urbaine. Cependant, cet élan de développement du secteur diffère d'une région à l'autre. Avec un taux de pauvreté de plus de 60% contre 48% pour la moyenne nationale, la région de Ziguinchor enregistre l'un des taux les plus élevés du pays (ESPSII, 2011, p.29). Cette situation de pauvreté a pour conséquence une demande dont le niveau est faible mais aussi caractérisée par une certaine saisonnalité. Malgré cette situation de pauvreté, on note un certain dynamisme du secteur artisanal à Ziguinchor qui englobe hommes, femmes et enfants et

¹ Rapport ANSD « Enquête Nationale sur le Secteur Informel au Sénégal », 2011, p.9

² Rapport ANSD « Enquête de Suivi de la Pauvreté au Sénégal », 2011, p.64

³<http://abcafrique.com/fr/politiques-publiques-tourisme-et-artisanat-senegal/problematiques-tourisme-et-artisanat-senegal>

constitue l'un des moteurs de l'économie de la région. Ainsi dans la région de Ziguinchor, on assiste à un développement des activités artisanales à partir des années 80 avec surtout l'arrivée des volontaires de l'AFVP (Association Française des Volontaires du Progrès). La région de Ziguinchor comptait en 2013, 639 entreprises artisanales inscrites à la chambre des métiers pour un effectif de 3813 artisans (ANSD/SRSDZ, 2013). En cette même année, nous avons pour le département de Ziguinchor 1858 artisans inscrits dont 1095 appartiennent à la section production, 383 de la section art et 380 pour la section service. En 2016, la région de Ziguinchor compte 693 entreprises artisanales inscrites à la chambre des métiers dont 468 entreprises pour le département de Ziguinchor, 149 pour le département de Bignona et 76 entreprises pour le département d'Oussouye. On a enregistré pour la commune de Ziguinchor 416 entreprises réparties en 292 entreprises artisanales pour la section production, 81 pour la section service et 43⁴ pour la section art.

Ainsi, il s'agit dans le cadre de ce mémoire, de faire une analyse approfondie pour montrer les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor. Pour y arriver, nous essayerons d'apporter des réponses aux questions qui seront soulevées.

Question centrale :

Quels sont les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor ?

Questions spécifiques :

Quel est le profil socioéconomique des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor ?
Quelles stratégies les entrepreneurs artisans adoptent-ils pour le développement de leurs activités ?

II. Les objectifs de la recherche

a. L'objectif général

L'objectif général de cette étude est de montrer les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor. Pour y parvenir, nous allons passer par les objectifs spécifiques suivants :

b. Les objectifs spécifiques

Ils sont au nombre de deux (2) :

⁴ Chambre des métiers de Ziguinchor

- présenter le profil socioéconomique des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor
- identifier les facteurs qui expliquent l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans

III. L'intérêt du sujet

Ce sujet présente un double intérêt à la fois théorique et pratique :

- un intérêt théorique qui permettra aux chercheurs de connaître les facteurs déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor ;
- un intérêt pratique dans la mesure où il permettra aux autorités politiques (décideurs, ONG) d'avoir des outils pour mieux conduire leurs politiques envers ce secteur aussi bien sur le plan économique que social.

IV. Plan du travail

La méthode utilisée dans ce travail sera celle de la recherche explicative qui passe par un questionnaire nous permettant d'identifier les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor. Ainsi, le travail sera divisé en deux parties.

La première partie concerne l'approche théorique du secteur artisanal. Elle est composée de deux chapitres dont le premier traite de la revue de la littérature et le second de l'artisanat au Sénégal en général et dans la région de Ziguinchor en particulier.

La seconde partie qui est l'approche empirique est constituée également de deux chapitres. Le premier, qui traite de la méthodologie de la recherche, permet d'explicitier la démarche suivie pour la collecte et le traitement des données. Quant au deuxième chapitre, il est la pierre angulaire de cette recherche et permet de faire une analyse des résultats obtenus. Il permettra spécifiquement d'analyser le profil socioéconomique et les facteurs déterminant l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor.

Première partie : Revue de la littérature et contexte de l'étude

Chapitre 1 : LA REVUE CRITIQUE DE LA LITTÉRATURE

I. Le cadre conceptuel

1. Le concept d'artisanat et d'entreprise artisanale

Le mot artisanat est apparu pour la première fois au XVII^e siècle dans les lexiques englobant les activités manuelles extra agricoles. Mais la pratique artisanale elle-même a pris forme avec le premier hominien. Tout au long de son évolution, l'artisanat n'a cessé de côtoyer l'homme en lui donnant les moyens de progresser, d'améliorer ses techniques et d'ouvrir des horizons nouveaux.

La littérature dédiée à la petite entreprise et plus particulièrement à l'artisanat a permis de dresser un premier portrait de l'artisanat et de l'entreprise artisanale. Ce portrait met en avant la pluralité des définitions et tend à définir l'entreprise artisanale par son système de gestion.

1.1.Pluralité des visions et des définitions de l'artisanat et de l'entreprise artisanale

Si les termes « artisanat » ou « secteur des métiers » sont souvent employés de façon indistincte, il faut néanmoins noter qu'il n'existe aucune définition consensuelle du terme artisanat, tandis que le secteur des métiers est précisément déterminé.

L'artisanat en tant que groupe social occupe une place importante dans les travaux en sciences humaines comme étant une figure exemplaire d'un ordre social établi. David (1998) souligne, au travers de sa « brève histoire de l'artisanat », le rôle des institutions dans la constitution d'une identité artisanale. Chacune des grandes périodes définies par David voit évoluer l'identité artisanale notamment au travers de ce que l'on pourrait appeler la gouvernance artisanale en France. La période de l'Ancien Régime au XIX^{ème} siècle constate le passage des corporations aux syndicats, l'entre-deux-guerres souligne la montée en puissance du syndicalisme artisanal et la seconde guerre mondiale est synonyme d'un syndicalisme endormi et d'une consolidation des Chambres de Métiers.

Picard (2009) souligne également une pluralité des visions de l'artisanat selon l'ancrage disciplinaire de l'analyste : le juriste propose une vision collective et réglementaire ; l'économiste, comme le sociologue, développe une vision collective et fonctionnaliste, alors que le gestionnaire présente une vision individualiste et interventionniste.

Pour Richomme (2000), l'artisanat peut être défini de quatre façons différentes : existe ainsi une définition économique et gestionnaire, une définition opérationnelle attribuée par la Chambre des Métiers, une définition juridique et une définition fiscale.

Le critère fondamental permettant de déterminer l'appartenance au groupe des professions artisanales est l'immatriculation au Répertoire des Métiers. En France, l'INSEE⁵ donne une définition économique de l'artisanat : « économiquement, une entreprise artisanale est une entreprise qui n'emploie en principe pas plus de dix salariés, et qui exerce une activité de production, de transformation ou de prestation de services » (Savoie, 1992). Ainsi, L'APCM (Assemblée Permanente des Chambres de Métiers) établit quatre critères d'identification de l'entreprise artisanale : production de biens et services, rôle et identité du chef d'entreprise⁶, acquisition et capitalisation d'un savoir-faire, ancrage dans un horizon de proximité.

1.2. L'entreprise artisanale définie par son système de gestion et sa stratégie

Les définitions proposées par Julien et Marchesnay (1988) soulignent la différence entre les conceptions française et québécoise de l'entreprise artisanale. Au Québec, « *les artisans sont ceux qui produisent des produits normalement faits à la main* » conserverait la spécificité du savoir-faire alors qu'en France l'« *entreprise employant moins de 10 personnes souvent 5* » assimilerait plus facilement l'entreprise artisanale à la petite entreprise. Siméoni (1999) insiste dans sa thèse sur la notion de savoir-faire qu'il considère comme fondamentale pour l'élaboration de la stratégie de l'artisan. Richomme (2000) pose la question de la qualification professionnelle comme déterminant de la stratégie. Dans une perspective globalisante, elle étudie le système de gestion de l'entreprise artisanale et propose ainsi une grille de lecture permettant d'interpréter les comportements stratégiques des populations du secteur des métiers au travers de leurs pratiques de gestion. L'artisan en tant que chef d'entreprise ainsi que la mobilisation de son savoir-faire au sens de compétences techniques apparaissent comme les éléments centraux de l'entreprise artisanale.

2. Le concept d'entrepreneur

Nous abordons d'une façon chronologique, l'histoire de la pensée économique pour décrire l'apparition du concept, ses positionnements successifs ainsi que les différentes significations qui lui ont été données.

2.1. De l'origine du concept

Il semblerait que le mot « entrepreneur », au même titre d'ailleurs que le mot « manager », soit né en France, à la fin du XVI^{ème} siècle. Selon Verin (1982), quelle que soit l'époque considérée, l'activité de l'entrepreneur est assimilée à une action risquée. Le mot entrepreneur désignait, dans une de ses premières acceptions, ceux que l'on appellera plus tard

⁵ Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

⁶ Responsabilité personnelle, détention de compétences, maîtrise de l'ensemble de la production

les fournisseurs aux armées. Très vite, il s'est appliqué à tous ceux qui étaient liés par contrat avec le gouvernement royal, pour la construction des routes, des ponts et des fortifications. Le concept d'entrepreneur a donc une origine ancienne.

Le concept d'entrepreneur fait son entrée dans la théorie économique avec Cantillon (1755) qui dans son ouvrage « Essai sur la nature du commerce en général », opère une division socio-économique en identifiant trois catégories d'acteurs. Les propriétaires, tout d'abord, qui de même que le Prince, vivent dans l'indépendance financière, les fermiers ensuite, et enfin les entrepreneurs qui appartiennent à un dernier groupe très hétérogène, dans lequel se trouvent aussi bien les marchands, les bouchers, les boulangers, les manufacturiers. Il décrit cet acteur comme un agent de direction de la production et du commerce, qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. L'entrepreneur de Cantillon effectue des achats à des prix certains pour se procurer toutes les ressources nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont, par contre, aléatoires, ce qui rend incertaine l'espérance de profit. Cantillon accorde, néanmoins, à l'entrepreneur la possibilité d'anticiper le risque en essayant de prévoir les comportements et décisions d'achat pour fixer des niveaux de prix convenables pour ses marchandises. L'évaluation de l'état du marché est donc un acte essentiel qui dépend beaucoup de son expérience personnelle. L'instinct du profit amène toujours, chez l'entrepreneur, l'emploi des méthodes les plus avantageuses. Cantillon fait de l'entrepreneur, de façon explicite, une pièce maîtresse de la dynamique économique.

2.2. Au personnage mythique

Dans un premier temps, l'analyse de la firme est essentiellement centrée sur l'entrepreneur. C'est le cas, par exemple, de toute l'analyse classique.

Smith (1776) assigne à l'entrepreneur l'accumulation du capital, comme fonction principale, et la bonne marche de son affaire comme seul objectif. Il distingue le profit, source de revenu de l'entrepreneur, le salaire et la rente. Le profit, que l'entrepreneur retire de l'emploi ou de la détention d'un capital, est une part constituante de la valeur. Contrairement au salaire et à la rente, ceux-ci ne varient pas selon l'état économique de la nation, c'est-à-dire l'état de la richesse nationale.

Restons avec les économistes classiques et plus particulièrement avec Ricardo (1817) pour qui, c'est la détention du capital qui permet l'exercice du rôle. L'entrepreneur est donc celui qui est propriétaire du capital. Parce qu'il accepte et supporte le risque, c'est à lui que revient le droit de prendre les décisions essentielles. Les deux notions de risque et de direction sont alors confondues. Pourtant, d'autres conceptions visent à les distinguer et à les dissocier.

Say (1803), définit également l'entrepreneur, dans son traité d'économie politique. L'entrepreneur de Say est l'agriculteur, le manufacturier, le commerçant, ou pour les désigner par une dénomination commune à tous les trois, c'est l'entrepreneur d'industrie, celui qui « *entreprind de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque...* ». Dans la pensée de Say, diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur. L'entrepreneur est celui qui accepte professionnellement le risque pour Cantillon et celui qui organise pour Say.

1.3. Qui s'estompe au détriment du manager

Le développement des unités économiques a fait que la prise de décision n'est plus toujours et seulement le fait d'un individu, mais elle emprunte plus souvent des voies collégiales. Les centres de direction et de propriété, réunifiés et confiés, auparavant, entre les mains d'une seule personne, sont éclatés et concernent de nombreux acteurs qui participent, à un degré ou à un autre, à la conduite des affaires. Dans la période d'industrialisation, l'usine concentre et divise le travail pour réaliser des productions en série toujours plus volumineuses de telle sorte que les économies d'échelles ainsi obtenues puissent permettre de réduire davantage les coûts de production. Individualiser l'entrepreneur ne correspond plus aux nécessités de l'époque et la fonction de gestion est de moins en moins l'affaire d'un individu, mais beaucoup plus celle de tout un ensemble de spécialistes dont la compétence et l'autorité se situent rarement à un niveau global. Le temps des professionnels est arrivé, même si les auteurs ne sont pas toujours très précis sur la définition de ce groupe, si ce n'est en le désignant d'un terme polysémique, au contenu vague, celui de « manager ».

Marshall (1971) assimile l'entrepreneur au manager. Selon lui, la nouvelle organisation industrielle a permis un transfert et une reconfiguration de la responsabilité et de la fonction de direction qui étaient alors la propriété d'un seul individu. L'époque n'est plus celle de l'entrepreneur. Ce dernier n'existe plus en tant que personne individuelle.

La production de masse qui implique le développement d'organisations toujours plus larges et plus complexes, qui dilue l'esprit d'entreprendre, qui favorise la prolifération des structures concentrées, ne pouvait que conduire à une rigidité du système et à une impasse industrielle. Depuis le premier grand choc pétrolier de 1973 et l'arrivée d'un niveau de chômage inhabituel, ce modèle a montré ses limites. L'Etat planificateur redécouvre le rôle et les vertus de l'entrepreneur à travers la petite entreprise et la PME.

2.4. Et qui renaît avec J. SCHUMPETER

Cette étape est celle d'une réaffirmation de l'entrepreneur en tant que personnage-clé de l'activité économique. Schumpeter (1911), qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat, fait évoluer d'une façon importante la compréhension que nous avons de la fonction entrepreneuriale. Il donne de l'entrepreneur une définition plus restrictive que celle de Say et rejette notamment la notion de risque lorsqu'il écrit : « *C'est toujours le capitaliste qui supporte, seul, le risque* ». Il ajoute ainsi que « *La conception de l'entrepreneur vu comme celui qui supporte les risques, est incompatible avec nos idées* ». Il fait de l'entrepreneur un agent économique à part entière, le moteur du progrès technique. D'après lui, l'entrepreneur remplit une fonction particulière, qui consiste dans l'apport de combinaisons nouvelles des moyens de production, lesquelles se réalisent à travers un prélèvement des prestations de travail et de terre sur leurs emplois habituels.

2.5. L'entrepreneur à l'aube du troisième millénaire

Le développement du phénomène de création de petites entreprises est à l'ordre du jour. L'accroissement du nombre des petites et moyennes entreprises semble être un phénomène universel. C'est « *l'économie de management* » qui se transforme progressivement en une « *économie d'entrepreneurs* » (Drucker, 1985). La petite entreprise s'est imposée comme une institution qui a acquis une légitimité considérable. Le petit entrepreneur, créateur, dirigeant et propriétaire de son affaire se voit attribué un intérêt grandissant. La petite entreprise est en passe d'acquiescer une double légitimité (Julien, 1994). Sociale tout d'abord, elle est liée aux facteurs de réalisation de soi et d'insertion sociale, puis économique, car les TPE/PME ont été ces dernières années le fer de lance des innovations productrices, du développement des nouveaux services, de la création d'emplois et de revenus. La contribution des TPE/PME au développement local devient incontestable. La petite entreprise joue un rôle grandissant au sein des systèmes intermédiaires, au travers notamment de la constitution des réseaux d'entreprises. Elle assoit ainsi son insertion dans le tissu local économique et social. La légitimité socio-économique est devenue un atout stratégique pour le dirigeant de la petite entreprise en tant que facteur d'intégration et de valorisation de son image. L'entrepreneur contemporain retrouve, d'une certaine façon, la totalité des caractéristiques décrites par Schumpeter.

3. Le concept de revenu

Le revenu peut être défini comme « ce qui est perçu, en nature ou en monnaie, par quelqu'un ou une collectivité comme fruit d'un capital placé (intérêt sur un capital prêté, dividende sur un capital engagé), ou comme la rémunération d'une activité (profit) ou d'un

travail (salaire) »⁷. Ainsi, à travers la notion de revenu, on désigne un ensemble de réalités assez hétérogènes (salaires, bénéfices, intérêts, dividendes, pensions et retraites, prestations familiales...). Les revenus proviennent de manière directe ou indirecte de l'activité productive. Les revenus primaires constituent la contrepartie de la contribution des agents économiques (ménages, entreprises) à l'activité productive. Le revenu d'activité (revenu du travail ou revenu mixte) est celui dont la contribution est directe et le revenu de la propriété (ou du patrimoine) relève d'une contribution indirecte. Le revenu du travail est constitué par les salaires et le revenu mixte est celui qui est perçu par les entrepreneurs individuels et les membres des professions libérales qui apportent à leur activité à la fois le facteur travail et le facteur capital.

II. Les stratégies de développement de l'entreprise artisanale et leurs relations

Depuis les années soixante, les travaux sur les typologies entrepreneuriales ont montré que l'entrepreneur artisan a tendance à s'inscrire dans des logiques traditionnelles. Il ne poursuit pas d'objectifs de croissance et vise, au mieux, l'indépendance personnelle et financière. Si certains auteurs (Mardellat 1997, Polge et Fourcade 2006) analysent cela en termes d'influence de la culture du métier sur la stratégie de ces dirigeants, les travaux de Picard (2006) constatent, en revanche, qu'une évolution récente de la sociologie des artisans est à noter. Plus diplômés, certains d'entre eux réussissent à concilier une certaine tradition avec des pratiques de gestion modernes et une posture stratégique volontariste.

1. Les stratégies entrepreneuriales de développement de l'entreprise artisanale

Sur le plan instrumental, différentes formes de stratégies de développement ont été identifiées ainsi que leurs liens (Polge, 2008), celle de la croissance c'est-à-dire le développement interne ou bien celle du développement par non-croissance. Chacune implique un comportement engagé vers le changement voir même l'innovation dans les ressources stratégiques de l'entreprise.

D'une certaine manière, « *l'activité artisanale repose sur l'activité entrepreneuriale* » (Paturel et Richomme, 2007 in Polge, 2008) dans la mesure où le dirigeant crée de la valeur par la stratégie de développement en s'appuyant sur sa particularité.

Le développement interne est l'orientation perçue comme la plus délicate, induisant une augmentation du volume d'activité. Ce mode de développement implique des changements d'effectif, de méthodes de travail, la multiplication des activités, etc. Il requiert un remaniement

⁷ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/revenu/69091>

de l'organisation existante avec une structuration progressive et une réattribution des tâches. Dans le secteur de l'artisanat, ce choix stratégique soulève des questionnements bien particuliers du fait de l'implication du dirigeant dans l'activité productive, de la proximité relationnelle des membres de l'entreprise et de la nature du métier.

Le développement par non-croissance traduit une absence d'« effet taille ». Les caractéristiques de l'organisation sont revisitées et ses fondements sont revus selon les acteurs impliqués dans la trajectoire stratégique et selon les projets de l'entreprise. Deux situations se dégagent : l'entreprise se développe par le partenariat, et nous parlerons de développement externalisé, ou bien le dirigeant choisit le renouvellement et la créativité continue, forme qualifiée de développement incrémental.

Le développement externalisé consiste à diffuser l'accroissement du volume d'activité à travers un réseau de confrères. Cette stratégie aboutit à une forme de travail répartie entre plusieurs entreprises qui se coordonnent, s'ajustent, décident ensemble, de sorte que le périmètre de l'organisation dépasse celui de l'entreprise. Un entrepreneur artisan peut en effet collaborer avec différents types de partenaires, en fonction de ses objectifs. En reprenant la classification d'Inkpen et Tsang (2005) nous distinguons trois grands types de partenaires en fonction de la direction des liens qu'ils entretiennent ; celle-ci pouvant être horizontale, verticale ou transversale.

Les liens sont « horizontaux » lorsque le réseau réunit des entreprises du même secteur d'activité, qu'elles soient directement concurrentes ou non. La littérature identifie alors trois principaux objectifs pouvant être recherchés par les partenaires.

Le premier est la recherche de complémentarité. La coopération permet aux entreprises d'élargir leur base de compétences et de soutenir leur développement en leur donnant accès à des ressources plus étendues, et ce de façon plus rapide. Dans l'artisanat, la taille de la structure fait qu'il existe souvent un manque de compétences. Les artisans maîtrisent en outre généralement un savoir-faire spécifique. Ainsi, certains artisans peuvent vouloir se regrouper pour offrir à leurs clients un « package » de prestations. On est alors ici dans une situation de concurrence indirecte : les partenaires appartiennent au même secteur d'activité mais réalisent des produits ou services différents.

Le second objectif est celui de dimension. La taille des entreprises artisanales ne leur permet souvent pas d'accéder seules à des marchés aux volumes importants. Ainsi des artisans d'un même métier peuvent réunir leurs forces et obtenir des marchés plus importants en présentant

une offre commune. Le travail pourra ensuite être découpé et réalisé par chacune des entreprises.

Et le troisième objectif est celui des coopérations qui représentent également un moyen d'échange d'informations ou de promotion/défense d'un métier ou d'une filière. Dans l'artisanat, cette association peut être directe, par le biais de clubs de dirigeants ou indirecte via l'appartenance à un syndicat professionnel.

Lorsque la direction de la collaboration est « verticale », les acteurs en présence appartiennent à une même chaîne de valeur et ont des relations de type clients/fournisseurs. La forme réticulaire leur permet de bénéficier des avantages de l'intégration verticale, notamment la baisse des coûts de transaction sans avoir recours à un investissement financier trop important et en conservant leur flexibilité.

Enfin les collaborations peuvent prendre la forme d'accords « intersectoriels » dans le cadre de projets (souvent de diversification) nécessitant la réunion de compétences extérieures au secteur d'activité des partenaires. Il semble toutefois que cette forme de réseau, courante pour les entreprises de taille moyenne à grande, soit plus rare dans le milieu artisanal.

Dans la lignée de ces approches, le développement est alors, encore aujourd'hui, généralement assimilé à la « croissance » de l'entreprise et à l'augmentation de ses indicateurs quantitatifs. On considère qu'une entreprise se développe à partir du moment où elle « grandit » physiquement (locaux, filiales, filières, nombre et types de produits...), que son chiffre d'affaires et ses actifs augmentent, tout comme le nombre de ses effectifs (Duperray, 2012). Ces principes d'ordre général s'appliquent à la PME notamment à l'entreprise artisanale.

Le but du développement est l'accroissement des capacités de l'entreprise à réaliser des profits. Dans cette perspective, l'entreprise doit personnaliser ses prestations, innover sans cesse et ainsi se distinguer en se rendant inimitable. A mesure qu'elle se détache de l'emprise du dirigeant, l'organisation constitue avec celui-ci un complexe unique et inimitable de ressources et de compétences qui forment le « métier » de l'entreprise. Le métier est alors cet ensemble d'atouts qui induisent ses clients à la préférer par rapport à ses concurrents. Il résulte d'une part des ressources matérielles et technologiques de l'entreprise, et d'autre part des compétences techniques et des relations privilégiées que toutes ses composantes organisationnelles tissent avec leurs environnements. C'est bien ce métier qui procure à l'entreprise ses avantages compétitifs, la différencie des concurrents et assure son développement. Or, dans ce processus de maturation qui conduit l'entreprise à prendre conscience de son métier, le dirigeant joue un rôle important. Dans cette même logique, Bauer (2003) rappelle notamment les trois rationalités

dissonantes du chef d'entreprise « *un patron de PME est un homme à trois têtes. C'est d'une part un Homo Economicus, intéressé par les résultats de son entreprise et les revenus qu'elle dégage. C'est d'autre part un Homo Politicus qui [...] cherche plutôt à consolider son pouvoir ou, tout au moins, à le conserver. C'est enfin un Pater Familias qui [...] tente d'aider, à sa façon, ses enfants* ».

Toutes ces approches permettent de dégager une conclusion majeure. Pour un dirigeant de petite structure, le développement de ses activités reste une priorité car lui permettant d'accroître ses revenus.

2. Les relations entre les trois stratégies entrepreneuriales de développement

Les trois stratégies identifiées peuvent coexister dans l'entreprise. Les dirigeants mixent régulièrement les différentes alternatives. Simplement, ils activent davantage l'une des orientations à certains moments mettant les autres en sommeil ou au second plan. En réalité, elles participent ensemble à la construction de l'entreprise. Leurs combinaisons renforcent les possibilités d'ajustement pour le dirigeant qui peut à tout moment décider d'accentuer certains traits dans sa trajectoire. Ainsi, le terme de pluralité associé à la fois à la multiplicité et à la participation à un même projet reflète la coexistence de ces stratégies. Le tableau suivant montre les conditions d'apparitions de ces trois formes de stratégies.

Les trois stratégies correspondent à des conditions de réalisation et des contextes différents.

Le développement interne répond à un sentiment de fragilité : l'artisan craint une perte de clients dans un contexte concurrentiel et hostile. Il pense que son savoir-faire peut facilement être banalisé et dupliqué. Il cherche la sécurité avec un volume d'activité suffisamment important pour faire face aux fluctuations.

Le développement externalisé s'inscrit dans un climat opposé : le dirigeant pense qu'il ne doit pas « grandir » car il risque de dénaturer la compétence centrale de son entreprise. Il préfère se rapprocher des partenaires (de façon formelle ou informelle) pour partager l'augmentation du volume d'activité. Le périmètre de son organisation est redéfini selon la puissance et l'étendue des partenariats.

Le développement incrémental se présente dans une démarche transversale par rapport aux précédents : il peut y avoir ouverture ou repli de l'entreprise. La logique d'action se trouve dans le changement continu, voire l'innovation globale, ou la créativité. Le dirigeant se place dans une posture fortement entrepreneuriale dans la mesure où il mobilise son équipe autour de projets tendant vers la progression.

Le contraste entre les différentes stratégies entrepreneuriales de développement de l'entreprise artisanale est marqué à tous les niveaux.

Le contexte : Le développement interne est privilégié lorsque le dirigeant est méfiant à l'égard des acteurs de son environnement. Des perspectives plus favorables le poussent vers le développement par non-croissance.

Les contraintes : Le développement interne effraie du fait de la perte de maîtrise de la réalisation du métier. Le développement partenarial présente les mêmes contraintes, mais en dehors du périmètre de l'entreprise. La perception du risque encouru est moins élevée. Avec le développement incrémental, la demande devient plus exigeante et la prestation plus délicate.

Les implications : Le développement par croissance donne un sentiment de sécurité et de protection à la fois externe, mais aussi interne (moins de dépendance vis à-vis des salariés expertisés dans un métier). L'externalisation du développement permet de recentrer l'activité et de préserver la flexibilité, tandis que le développement incrémental soutient une stratégie de singularité.

II. Les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans

De nombreuses études statistiques ont examiné le lien existant entre le niveau du salaire et les caractéristiques personnelles du salarié, comme son degré d'éducation, son ancienneté dans l'emploi, son expérience professionnelle antérieure, voire son origine sociale. Les écarts de rémunération entre hommes et femmes ont aussi fait l'objet d'un abondant corpus. En revanche, des analyses de ce type ont rarement été appliquées à la catégorie d'actifs occupés que sont les employeurs et travailleurs indépendants plus particulièrement les entrepreneurs artisans. La littérature économique s'est généralement intéressée aux conditions d'installation des individus dans ce statut, et aux chances de pérennité de l'entreprise créée davantage qu'au montant des revenus tirés de leur activité. Les études sociologiques ont insisté de leur côté sur les spécificités du groupe social des « non-salariés » en termes de transmission de statut, d'environnement familial, d'accumulation patrimoniale ou de conditions de vie. Néanmoins, certains auteurs ont tant bien que mal mené des études concernant les revenus des acteurs du secteur informel pris dans son ensemble plutôt que sur l'aspect particulier qui est le secteur artisanal.

Rouault (2001) dans son article « revenu des indépendants et dirigeants : la valorisation d'un bagage personnel » montre avec son modèle que le revenu des indépendants s'accroît avec l'âge et donc plus le travailleur indépendant prend de l'âge, plus son revenu augmente. Il montre par ailleurs que le milieu de provenance aussi à une influence positive sur le revenu du dirigeant

toute chose égale par ailleurs car il y a pour lui, une transmission de capital économique ou relationnel. Dans ce même modèle, l'auteur montre qu'il y a également une relation croissante entre le niveau d'étude des indépendants informels et l'augmentation du revenu. Chaque niveau d'étude supplémentaire atteint par le dirigeant indépendant est gage d'une meilleure rémunération de son activité.

Kuepie et al (2009) étudiant le cas des pays de l'UEMOA, montrent que les indépendants du secteur informel qui ont le niveau d'éducation le plus élevé ont les revenus les plus élevés. Ces mêmes auteurs vont aussi montrer que le milieu de provenance a un impact significatif sur le revenu car vivre en milieu urbain relativement au milieu rural accroît de 44,9% les gains espérés. Si dans leur modèle, l'âge et le statut matrimonial ne sont pas des variables significatives, le genre affecte à 10% les revenus espérés provenant de l'auto-emploi informel. En fait, être un homme relativement à être une femme augmente de 11,5% les gains espérés. Ainsi, dans l'auto-emploi informel, les hommes gagnent des profits supérieurs à celui des femmes. Ils viennent ainsi rejoindre la réflexion de Rouault quant à l'importance du niveau d'éducation et du milieu de provenance mais s'opposent quant à la pertinence de l'âge du dirigeant indépendant car pour Rouault l'âge a un effet significatif sur le revenu alors que ce n'est pas le cas pour Kuepie et al.

Bellache et al. (2014), étudiant les déterminants des revenus du secteur informel à Bejaia en Algérie montrent que l'expérience professionnelle, l'âge, le genre et le secteur d'activité agissent significativement sur l'amélioration des gains des travailleurs du secteur informel. Cependant, le niveau d'éducation n'a aucun effet sur le revenu des travailleurs de ce secteur. On constate donc selon la zone d'étude concernée que les variables exogènes retenues par les auteurs ont des effets différents sur la variable endogène. Ceci pour dire que selon la zone géographique concernée, les facteurs agissant sur l'amélioration des revenus du secteur informel en général et en particulier ceux du secteur artisanal diffèrent et ne peuvent faire l'objet d'une généralisation.

Ainsi, la critique que l'on peut faire à l'endroit de ces différents modèles utilisés par ces auteurs est qu'ils n'ont pas suffisamment pris en compte les facteurs extrinsèques aux dirigeants indépendants du secteur informel et qui peuvent expliquer l'amélioration du revenu.

CHAPITRE 2 : L'ARTISANAT AU SENEGAL

I. La place de l'artisanat dans l'économie Sénégalaise

Le Sénégal à l'instar de beaucoup de pays en développement présente une structure économique où le secteur informel reste dominant. Le secteur de l'artisanat Sénégalais joue un rôle très important dans l'économie et est sans doute le secteur comportant le plus d'opportunités, de créneaux porteurs⁸ et le plus important en termes de nombres d'entreprises (MEFM, 2004). L'artisanat se définit en fonction de l'activité exercée, du procédé de fabrication du produit fini, de la nature de l'unité de production et de la qualification du chef d'entreprise⁹. De ce point de vue, les activités artisanales reconnues sont des activités de production de transformation, de réparation ou de services, à l'exception toutefois des activités agricoles, de pêche, de transport et des activités exclusivement commerciales ou spécifiquement intellectuelles.

« Au terme du DECRET N° 87-1275 du 10 octobre 1987 relatif au statut d'entreprise artisanale et aux titres de qualification artisanale, une entreprise artisanale est celle dirigée par un chef ayant la qualification et un titre de maître-artisan de même que des compagnons et des personnes en apprentissage » (DPME, 2009, p.21).

1.1. Rôle et place de l'artisanat au Sénégal

Vu l'importance du secteur artisanal Sénégalais, les pouvoirs publics dans un souci de mieux encadrer et organiser ce milieu, ont mis sur pied beaucoup de structures. De l'Office Sénégalais de l'Artisanat (OSA) dans les années 60, à la SOSEPRA pour l'artisanat d'art et la SONEPI pour l'artisanat de production et de services vers la seconde moitié des années 70, l'organisation et l'encadrement de l'artisanat sénégalais sont passés entre les mains des chambres régionales de métiers au début des années 80 sous la couverture de la Direction de l'Artisanat (DA). Cette dernière est créée en 1978, avec pour mission de mettre en œuvre la politique de l'Etat dans le secteur de l'artisanat. Sous la tutelle du Ministère de l'industrie et de l'artisanat, la DA est chargée de traduire la vision du gouvernement au niveau de ce secteur,

⁸ Ministère de la PME, de l'entrepreneuriat féminin et de la microfinance « rapport final microfinance et financement des PME et MPE, aout 2004, p.6

« Un créneau peut être considéré comme porteur dans la mesure où il remplit un certain nombre de critères techniques, économiques et sociaux et qu'il a des chances de se maintenir et de se développer sur une période relativement longue. Dans notre analyse, nous avons considéré qu'un créneau est porteur s'il permet d'atteindre plusieurs des six objectifs suivants : la création de valeur ajoutée, la rentabilité économique et/ou financière, la création d'emplois durables et rémunérés, la valorisation des ressources naturelles ou d'un savoir-faire local, l'économie et/ou l'apport en devises, l'intégration avec d'autres secteurs créateurs d'emplois et de valeur ajoutée »

⁹ Direction des petites et moyennes entreprises, « rapport final de l'étude sur l'offre et la demande de financement des PME au Sénégal », avril 2009, p.21

d'offrir des services divers aux artisans consistant à une orientation vers les structures de financement, les programmes de formation et de perfectionnement. Elle assure la tutelle des chambres de métiers (CM) et de l'Union Nationale des Chambres de Métiers (UNCM) créées en 1977, lesquelles institutions devraient reprendre toutes les attributions de la SOSEPRA et de la SONEPI-Artisanat. Les premières mesures initiées par les autorités publiques pendant la période 1963-1986 ont visé l'encadrement de l'artisanat autour de ces structures. Les années 90 ont été fortement marquées par les projets d'encadrement et d'appui au secteur. Ces initiatives étaient le plus souvent soutenues par les partenaires au développement¹⁰.

Dans le souci de relever le niveau de compétitivité du secteur artisanal, une nouvelle Agence pour la Promotion et le Développement de l'Artisanat (APDA) est créée en 2002. Cette structure administrative autonome a pour mission de promouvoir et de développer l'artisanat en mettant en œuvre des objectifs opérationnels essentiels pour la transformation qualitative et quantitative du secteur artisanal à savoir le financement de ce secteur, l'aménagement et l'exploitation des sites, infrastructures et services de promotion de l'artisanat.

Les petites et moyennes entreprises et surtout celles artisanales constituent aujourd'hui la base du tissu économique et social du Sénégal. Connaître le potentiel économique-social du secteur artisanal sénégalais nécessite de se rabattre sur les données des deux recensements généraux des artisans et des entreprises artisanales effectués en 1992 et en 2004.

Le premier recensement effectué par les pouvoirs publics montre que la région de Dakar est le lieu où l'activité artisanale reste la plus développée avec 20 705 entreprises artisanales soit 26,6% du nombre total d'entreprises recensées. Elle est suivie par la région de Fatick qui polarise 11 047 entreprises soit 14,2% du total des entreprises. Ensuite, vient Diourbel, Kolda, Kaolack avec respectivement 7 800 entreprises (10,0%), 7 443 soit 9,6% et 7 256 soit un pourcentage de 9,3%. La région de Ziguinchor occupe la sixième place avec un effectif de 6 753 entreprises correspondant au taux de 8,6%. La région de Louga reste la moins peuplée en termes d'entreprises artisanales avec seulement 3 315 unités comme le montre le tableau suivant.

¹⁰ ONUDI, USAID, Centre Canadien d'étude et de Coopération Internationale, Fonds de Promotion Economique à travers la ligne de crédit de la BOAD

Tableau n 1 : Nombre d'entreprises artisanales par région en 1992

Région	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Dakar	20 705	26,6%
Diourbel	7 800	8,6%
Fatick	11 047	10,0%
Kaolack	7 256	7,2%
Kolda	7 443	4,7%
Louga	3 315	9,3%
Saint-Louis	5 594	5,5%
Tambacounda	3 727	4,3%
Thiès	4 287	14,2%
Ziguinchor	6 753	9,6%
Total	77 927	100%

Source : Recensement général des artisans et des entreprises artisanales du Sénégal de 1992

Ce même recensement donne une répartition par catégorie et par région. La section production vient en premier position et totalise 52 925 entreprises soit 67,9 %, suivie de la section service avec 14 826 entreprises soit 19,1% et enfin la section art avec 10 176 entreprises soit 13%. Pris section par section, la région de Dakar domine largement la section production en terme d'effectif, suivie de la région de Fatick puis celle de Kolda. La région de Ziguinchor occupe la quatrième place. Dans la section service, on note toujours la même hiérarchie pour les trois régions dominantes. La région de Ziguinchor dans cette section occupe la huitième position. Pour la section art, la région de Diourbel plafonne le tableau avec 2 815 entreprises suivie de Dakar puis de Fatick. La région de Ziguinchor occupe de nouveau la quatrième place comme le montre le tableau qui suit :

Tableau n°2 : répartition par région et par catégorie de corps de métiers

Régions	Production	Service	Art	Nombre Total
Dakar	14972	3730	1997	20705
Ziguinchor	5155	848	753	6753
Diourbel	3708	1277	2815	7800
Saint-Louis	3320	1472	803	5594
Tambacounda	2357	702	665	3727
Kaolack	5058	1549	629	7256
Thiès	3051	922	314	4287
Louga	2117	772	426	3315
Fatick	7761	1974	1312	11047
Kolda	5400	1581	462	7443
Total	52925	14826	10176	77927
Pourcentage	67,90%	19,10%	13%	

Source : Recensement général des artisans et des entreprises artisanales du Sénégal de 1992

Quant à la répartition des entreprises par taille, on remarque que la majorité des unités artisanales recensées sont à caractère unipersonnelle. On a donc 46 937 entreprises individuelles soit une valeur relative de 60,23%. Ensuite, viennent les entreprises constituées de deux personnes, puis celles avec trois personnes. Remarquons également qu'il y a plus d'entreprises artisanales constituées de plus de dix artisans que celles composées de 7, 8, 9 et 10 artisans. Le tableau suivant donne plus de détails sur cette répartition.

Tableau 3 : Répartition des entreprises par taille

Nombre de personnes	Nombre d'entreprises
1	46937
2	13162
3	7448
4	4009
5	2307
6	1355
7	814
8	523
9	333
10	241
Plus de 10	798
Ensemble	77 927

Source : Recensement général des artisans et des entreprises artisanales du Sénégal de 1992

Le recensement de 1992 a dénombré 111 corps de métiers dont les plus porteuses du secteur étaient : l'artisanat du cuir : maroquinerie/cordonnerie, la menuiserie/ébénisterie, la menuiserie métallique et le fer forgé, la confection/broderie/teinturerie, le tissage, la bijouterie, les ateliers d'entretien et de réparation (mécanique, etc.), la construction/bâtiment, les services.

Nous pouvons ainsi dire que la filière artisanale est un puissant levier du développement de l'économie Sénégalaise. Ce secteur par son dynamisme, ne cesse d'évoluer.

Le dernier recensement réalisé dans ce domaine en août 2004 estime à 122 902 le nombre d'unités artisanales réparti dans 120 corps de métiers. Comparé à celui de 1992, on note une augmentation de 44 975 entreprises en l'espace de 12 ans et une présence de neuf nouveaux corps. Aujourd'hui, l'APDA estime à 127 le nombre de corps de métiers répertoriés dans le secteur artisanal sénégalais¹¹. Le tableau suivant donne la répartition du nombre d'entreprises artisanales par région.

Tableau 4 : Répartition du nombre d'entreprises par région en 2004

Région	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Dakar	31 652	25,8%
Thiès	15 890	12,9%
Kaolack	11 204	9,1%
Diourbel	9 736	7,9%
Tambacounda	9 313	7,6%
Kolda	8 846	7,2%
Saint-Louis	8 839	7,2%
Louga	8 186	6,7%
Ziguinchor	7 777	6,3%
Fatick	6 569	5,3%
Matam	4 890	4,0%
Total	122 902	100%

Source : Recensement national des unités artisanales du Sénégal de 2004

Ces unités emploient environ 378 987¹² personnes contre 158 268 en 1992 et contribuent dans l'économie nationale pour plus de 12% du PIB et font vivre 33% des ménages Sénégalais (DPME, 2009, p.22). Les femmes représentent un faible pourcentage soit 17,7% contre 82,3% pour les hommes (DA, 2005, p.15).

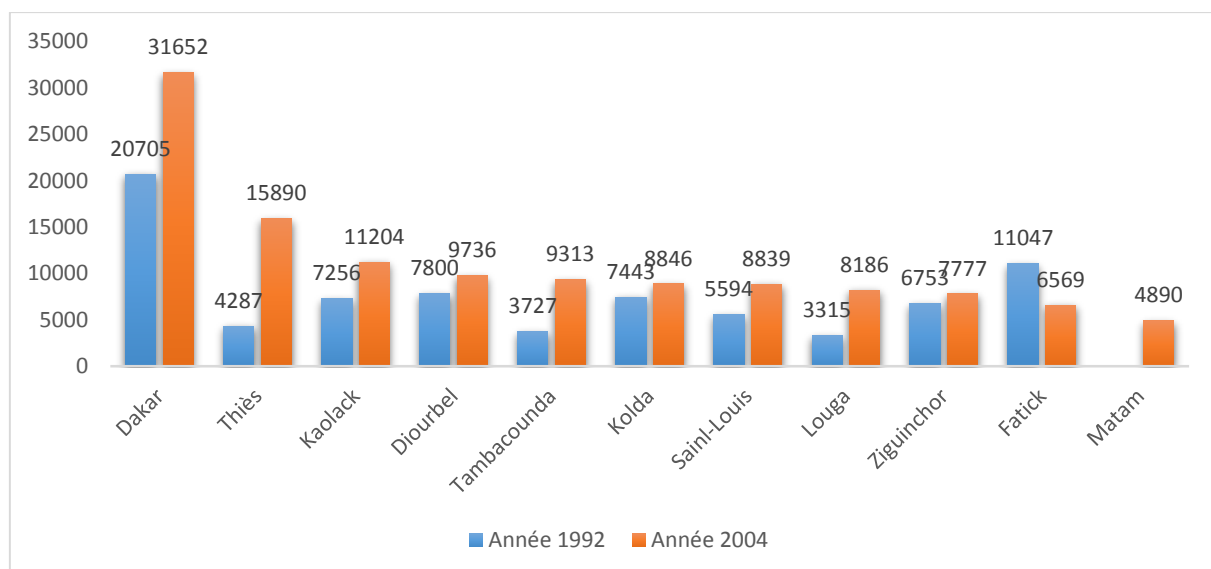
On note cependant dans toutes les régions, une augmentation du nombre d'entreprises artisanales par rapport à 1992 à l'exception de celle de Fatick où on constate une baisse considérable du nombre d'unités. Cette région qui occupait en 1992 respectivement la deuxième

¹¹ La Kora .PRD « Rapport de l'étude sur le marché de l'ameublement et des huisseries au Sénégal », 2001, p.14.

¹² Direction de l'artisanat, « recensement national des unités artisanales du Sénégal », présentation des résultats, 2005, p.6

et troisième place en termes d'unités artisanales et de main d'œuvre se positionne en 2004 selon l'ordre précité dixième et onzième. La région de Dakar détient toujours le record avec 31 652 entreprises soit une augmentation de 10 947 unités correspondant à un taux d'évolution moyen annuel de 2,88%. Dakar à elle seule englobe 25,8% des unités artisanales et 30% de la main d'œuvre contre 28,9%¹³ en 1992. La région de Thiès qui, en 1992 était à 4 287 entreprises est passée en l'espace de 12 ans à 15 890 unités soit un surplus de 11 603 entreprises pour un taux d'évolution moyen annuel de 6,08%. La région de Ziguinchor, qui occupait la sixième place en termes de nombre d'entreprises en 1992, a reculé pour se maintenir à la neuvième position en 2004 bien que l'on constate une augmentation du nombre d'unités artisanales par rapport au premier recensement. Ainsi, en combinant les résultats du recensement de 1992 avec ceux de 2004, on obtient le graphique suivant montrant l'évolution combinée par région des entreprises artisanales du Sénégal sur ces deux périodes.

Graphique1 : l'évolution des unités artisanales par région en 1992 et 2004



Source : résultats des tableaux 1 et 4

Au regard de ce graphique, seule Fatick présente une baisse du nombre d'entreprises artisanales. Saint-Louis, malgré la séparation avec le département de Matam devenu région en février 2001, enregistre un taux de 7,2% contre 5,5% en 1992.

1.2. Les contraintes du secteur artisanal sénégalais et les solutions proposées

Le secteur artisanal sénégalais constitue l'un des secteurs les plus dynamiques tant du point de vue économique que social. Cependant, force est de constater que l'artisanat fait face à certaines contraintes qui ne favorisent pas son plein essor. Ces contraintes sont :

¹³ Ibid., p.6

- d'ordres financiers : marqués par une part de financement infime de l'artisanat, une mauvaise répartition des ressources entre les structures d'encadrement, des difficultés d'accès au crédit des artisans dues au manque de confiance des banques ;
- d'ordres institutionnels et juridiques : des chevauchements et empiètements de compétences sont notés entre la Direction de l'Artisanat et l'APDA. Il y a également une insuffisance dans la décentralisation des organismes de représentation des artisans ;
- d'ordres organisationnels : marquées par l'absence de cadre de concertation et d'harmonisation des structures d'encadrement, l'absence de « *benchmarking* ¹⁴ » entre les Chambres de Métier et l'insuffisante structuration des entreprises artisanales ;
- d'ordres infrastructurels : déficit de zones d'installation dédiées aux entreprises artisanales de production et de service, vétusté et manque de fonctionnalité des villages artisanaux, et insuffisance des centres de formation et de perfectionnement des artisans dont les équipements sont obsolètes ;
- d'ordres humains, avec une domination de la formation sur le tas des artisans, un déficit quantitatif et qualitatif de personnel dans les chambres de métiers, une insuffisance de créativité et d'innovation des artisans, et une absence de protection sociale.

Prenant en compte les difficultés citées ci-dessus, des solutions sont préconisées pour apporter une meilleure aide au secteur et lui permettre de jouer pleinement son rôle. Il s'agit notamment :

- du financement du sous-secteur : renforcer les capacités managériales des structures de financement décentralisés à travers la formation des agents et le suivi-contrôle de leurs activités et adapter leur système de financement aux réalités du secteur ;
- de la commercialisation et de la promotion des produits artisanaux : améliorer la qualité des produits, couvrir le marché en créant un circuit de distribution ramifié à partir des villages artisanaux et des centres de distributions décentralisés. Il s'agira également de promouvoir ces produits sur le marché international en participant aux foires, aux expositions, aux manifestations culturelles,
- de la formation et du perfectionnement : sensibiliser les partenaires financiers quant à la nécessité de pérenniser les actions de formations en direction des artisans et de leurs encadreurs, de réhabiliter et de moderniser les centres de formations ;

¹⁴ Technique de gestion et de marketing consistant à comparer son entreprise à une ou plusieurs autres qui font référence dans un domaine spécifique.

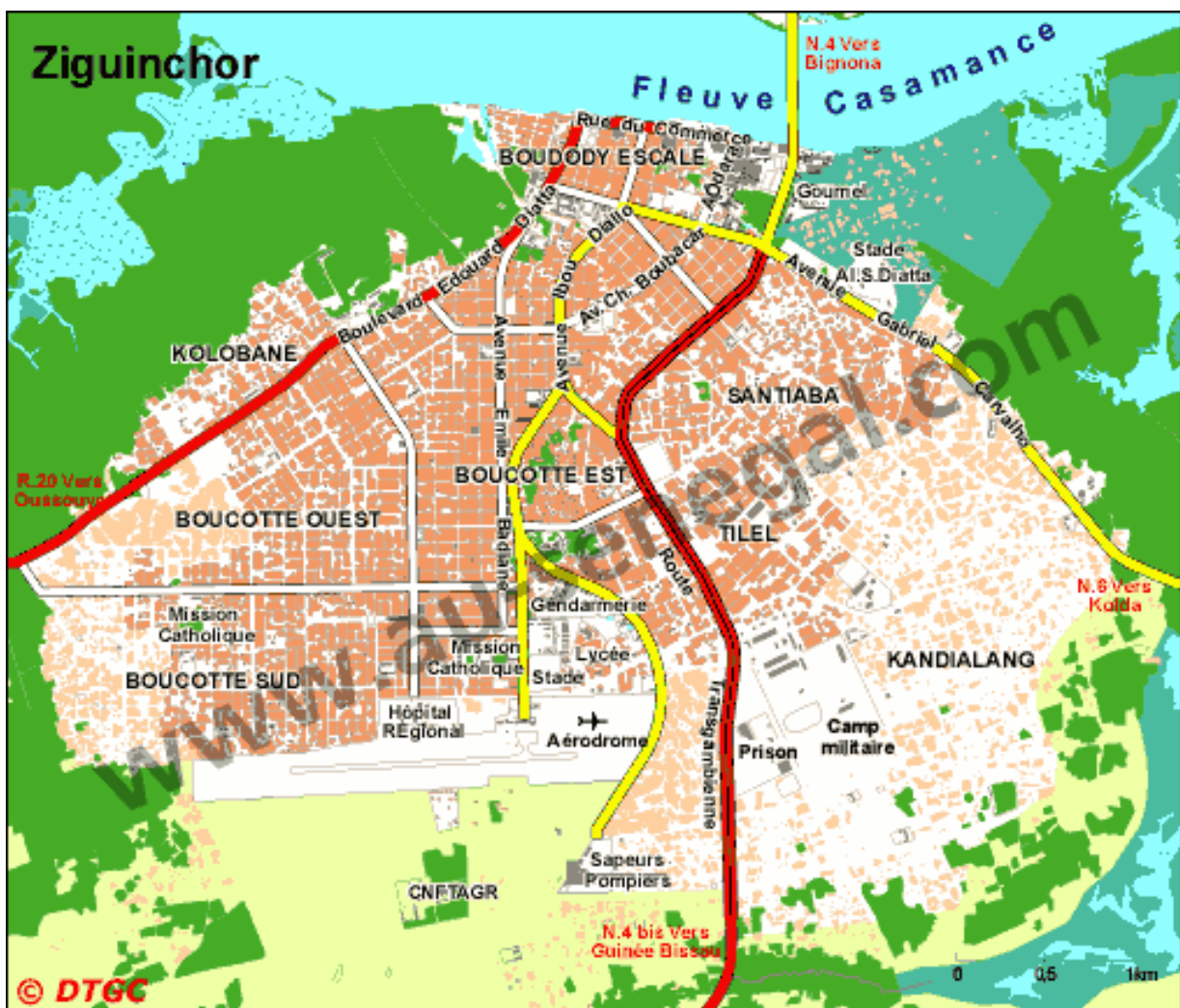
- de la mise en place d'un cadre législatif et réglementaire : permettre aux structures qui s'occupent de l'encadrement et de la promotion du secteur artisanal de mener de façon claire et distincte leurs activités.

Le secteur de l'artisanat a toujours été considéré par les pouvoirs publics sénégalais comme une composante importante de l'activité économique et sociale eu égard aux immenses potentialités qu'il renferme en termes de création d'emplois, de valorisation de produits locaux, de génération de revenus et partant de contribution à la lutte contre la pauvreté.

II. Le secteur artisanal de la région de Ziguinchor

2.1. Présentation de la région de Ziguinchor

Tableau 5 : découpage administratif de la commune de Ziguinchor



Source : www.au-senegal.com

La région de Ziguinchor est née de la réforme administrative de juillet 1984 qui scinde l'ancienne région de la Casamance en deux entités administratives : la région de Kolda et celle de Ziguinchor. Elle est composée de 3 départements (Bignona, Oussouye et Ziguinchor). Le

Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Elevage (RGPHAE) de 2013 précise que 549 151¹⁵ personnes habitent la région de Ziguinchor (4% de la population du Sénégal). La densité de la population est de 75 habitants au km². La commune de Ziguinchor qui compte 205 294 habitants renferme 37,38% de la population régionale. La région est riche d'une grande diversité ethnique et culturelle même si on peut identifier des zones propres à certaines ethnies. Les données issues du recensement général de la population et de l'habitat de 2002 renseignent de cette grande diversité ethnique. En effet, il en est ressorti que les principales ethnies sont : l'ethnie Diolas (57,8%) qui est majoritaire, les mandingues (11,10%), le groupe Pulaars (10,5%), les Ouolofs (3,9%), les Manjacks (3,5%), les Ballantes (2,9%), les Sérères (2,70%) et les Mancagnes (2,4%)¹⁶. La population régionale est très jeune (40% des jeunes ont moins de 15 ans) avec un taux brut de scolarisation de 98% en 2013.

Sur le plan économique, la région de Ziguinchor dispose d'énormes potentialités favorables à son émergence. Le montant des investissements privés agréés par le bureau régional de l'APIX, en 2013 s'élève à 3,7 milliards. Le secteur industriel représente 40% de ces investissements, suivi par l'agroalimentaire 32%¹⁷. Le commerce et les services représentent un secteur important. Le département de Ziguinchor avec un effectif de 575 commerçants, regroupe 52,36% de la population commerçante de la région. Les principaux secteurs sont le secteur des quincailleries (86,67%), le secteur des épiceries et supermarchés (50%) ainsi que le secteur des grossistes et demi-grossistes (33,33%). Le secteur agricole bien qu'encore traditionnel constitue le pilier de l'économie de la région avec une production céréalière de 51 248 tonnes en 2012 et 38 358 tonnes en 2013. Le tourisme y est aussi développé avec les stations balnéaires du Cap-Skiring et de Kafountine. L'élevage joue également un rôle important dans l'économie régionale. En 2013, on a enregistré 125 400 têtes contre 117 000 en 2012. On y élève presque toutes les espèces animales domestiques (bovins, ovins, caprins, porcins, volaille), à l'exception des camélidés, très sensibles à la trypanosomiase. Toutefois, il souffre de son mode extensif traditionnel de la vaine pâture. Le taux d'exploitation du cheptel local demeure très bas. Par conséquent, la région dépend à plus de 90% des autres régions du pays, notamment celle de Kolda pour ses approvisionnements en viande.

Au plan économique et social, le secteur de la pêche joue un rôle très important dans la région. Les mises à terres de 2013 qui sont de 55 454,105¹⁸ tonnes hissent la région de Ziguinchor à la

¹⁵ ANSD/SRSD Ziguinchor : Situation Economique et Sociale régionale, 2013, p.14

¹⁶ Ibid., p.12

¹⁷ Ibid., p.13

¹⁸ Ibid., p.78

quatrième place des régions du Sénégal en matière de production halieutique. On note aussi dans cette région un secteur artisanal très dynamique constitué de trois tranches art, service et production avec un effectif de 3 813 artisans inscrits à la chambre des métiers en 2013.

2.2. Le secteur de l'artisanat dans la région de Ziguinchor

La région de Ziguinchor est une région où l'agriculture surtout celle traditionnelle reste dominante. Toutefois, on y note le développement de certaines activités comme le commerce mais surtout l'artisanat qui constitue un des leviers de son économie. La chambre des métiers de Ziguinchor qui est la structure en charge de ce secteur a répertorié plusieurs activités notamment la couture confection, la mécanique en passant par la bijouterie comme nous le montre le tableau suivant :

Tableau 6 : Corps de Métiers répertoriés à la Chambre de Métiers de Ziguinchor en 2013

Section production	Section service	Section art
Menuisier Ebéniste	Mécanicien	Bijouterie
Menuisier Métallique	Mécanicien Moto	Teinturière
Couture Confection	Machiniste	Sculpture sur Bois
Maçon	Electricien Bâtiment	Sculptrice sur Bois
Menuisier Rotin	Ferrailleur	Sculpture sur Bronze
Transformation Fruits et Légumes	Frigoriste	Maroquinerie
Transformation des produits Halieutiques	Carreleur	Brodeuse
	Typographe	Tisserand
	Peintre Bâtiment	Tricoteuse
	Plombier	Fabrication de Poupées
	Tresseuse	Sérigraphe
	Coiffeuse	

Source : chambre des métiers de Ziguinchor

L'activité artisanale se développe essentiellement autour du village artisanal de Ziguinchor administré par la Chambre des métiers. Le développement de l'activité touristique dans la région favorise également la naissance de centres artisanaux mis en place par les populations

locales. On en compte 03 dans la région : au Cap Skiring, à Kafountine et à Abenné. En 2013, la chambre des métiers de Ziguinchor a dénombré 3 813 artisans répartis dans les sections : production, art et service. Ce nombre est en augmentation de 4.49% par rapport à l'année 2012. Le répertoire des métiers est dominé par la section production (2 196 artisans) soit 57,59% du total de la région. Toutefois, cette section production n'a connu qu'une hausse de 3% par rapport à l'année 2012. Le corps de métier Service vient en seconde position avec 811 inscrits, enregistrant ainsi une progression d'environ 9% par rapport à 2012. La section Art qui compte 806 artisans a également connu une évolution positive d'environ 5% durant l'année 2013. On remarque aussi que le nombre des inscrits ne cesse d'évoluer d'année en année comme le montre le tableau suivant :

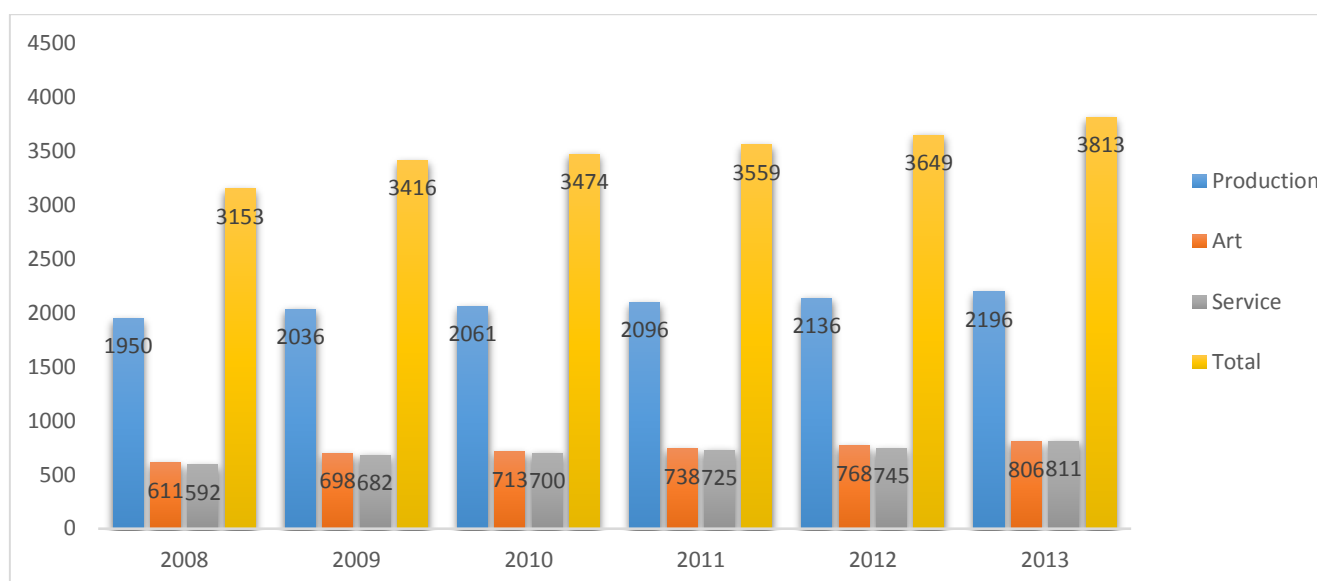
Tableau 7 : Répartition des artisans inscrits à la chambre des métiers selon la section de 2008 à 2013

années / sections	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Production	1950	2036	2061	2096	2136	2191
Art	611	698	713	738	768	806
Service	592	682	700	725	745	811
total	3153	3416	3474	3559	3649	3813

Source : chambre des métiers de Ziguinchor

Le graphique suivant nous permettra de mieux voir l'évolution du nombre d'artisans inscrits selon la section et en fonction des années.

Graphique 2 : évolution des artisans inscrits à la chambre des métiers de 2008 à 2013



Source : données du tableau 7

La répartition selon les départements montre que le département de Ziguinchor avec 1 858 artisans, regroupe 48,72% de l'effectif des artisans de la région. Cet effectif départemental a connu une hausse d'environ 4% en 2013. A l'image de la répartition régionale, le corps des métiers de production (1 095 artisans) domine l'effectif des artisans dans le département de Ziguinchor. Les départements de Bignona et Oussouye comptent respectivement 1 145 et 810 inscrits dans le répertoire du corps des métiers. Aussi dans ces deux départements, la section production domine largement, avec respectivement 58,51% et 55,18% à Bignona et à Oussouye.

Tableau 8 : répartition des inscrits selon la section et le département entre 2012 et 2013

section	Années					
	2012			2013		
	Bignona	Oussouye	Ziguinchor	Bignona	Oussouye	Ziguinchor
Production	650	434	1052	670	447	1095
Art	237	163	368	252	178	383
Service	206	171	368	223	185	380
Total	1093	768	1788	1145	810	1858

Source : chambre des métiers de Ziguinchor

La prépondérance du département de Ziguinchor au niveau du nombre d'inscrits au répertoire de la chambre s'explique sans doute par la présence de la chambre à Ziguinchor, la dynamique économique régionale (présence de PME/PMI), le développement du secteur des BTP

(bâtiments et travaux publics) et surtout les énormes potentialités touristiques, halieutiques et forestières du département.

On note également une certaine forme d'organisations des artisans. Ainsi, à la date du 31 décembre 2013, les inscriptions cumulées au répertoire des entreprises artisanales de la région se résument à un total de 639 entreprises constituées, de 64,63% d'entreprises individuelles, 33,80% de GIE, 5 associations, 3 coopératives et 2 unions¹⁹.

Le dynamisme, la richesse et la créativité dans le secteur de l'artisanat reste, confronté à de multiples contraintes liées principalement :

- ✓ à la morosité du marché régional ;
- ✓ à la faiblesse du budget de la chambre des métiers ;
- ✓ à l'insuffisance du niveau d'équipement et de qualification des artisans ;
- ✓ aux difficultés d'accès aux financements ;
- ✓ au caractère informel du secteur ;
- ✓ aux problèmes d'écoulement des produits de l'artisanat vers les marchés extérieurs.

Face à ces difficultés, des réflexions sont menées par les autorités compétentes en vue d'une meilleure valorisation du potentiel artisanal de la région. Un ensemble de solutions allant dans le sens de contourner les difficultés liées au manque de moyens financiers, d'équipement et au déficit de formation professionnelle et de réussite commerciale est préconisé. Il s'agit :

- ✓ de la création d'une zone artisanale et d'une galerie d'art ;
- ✓ du renforcement de la politique de promotion à l'endroit des artisans ;
- ✓ de faciliter l'accès aux crédits bancaires pour les artisans ;
- ✓ du renforcement des capacités techniques et managériales des acteurs ;
- ✓ du renforcement des infrastructures et des équipements.

Le secteur de l'artisanat contribue significativement au développement de l'économie régionale malgré les difficultés liées au manque et à la vétusté des équipements, à une formation professionnelle déficiente, à la morosité du marché etc. En dépit de son enclavement et de la crise qui sévit dans la région de Ziguinchor, cette dernière dispose d'énormes potentialités économiques pouvant booster son développement.

¹⁹ ANSD/SRSD Ziguinchor : Situation Economique et Sociale régionale, 2013, p.62

Deuxième partie : L'approche empirique

CHAPITRE 3 : LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Cette partie montre la procédure qui permet d'obtenir les résultats de la recherche. Elle est constituée de deux sous parties : celle qui présente la méthodologie de collecte des données et celle montrant la méthode de traitement des données.

I. Les méthodes de collecte des données

Cette section propose les orientations générales pour la collecte de données. La méthodologie utilisée dans ce mémoire est celle de la recherche explicative. En effet, elle permet à travers un questionnaire et des interviews sur place (présence intervieweur et du répondant), d'identifier les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor. La recherche documentaire effectuée à travers l'exploitation d'ouvrages, de revues et de sites web a permis d'avoir une meilleure approche de la problématique et de la littérature autour du secteur de l'artisanat.

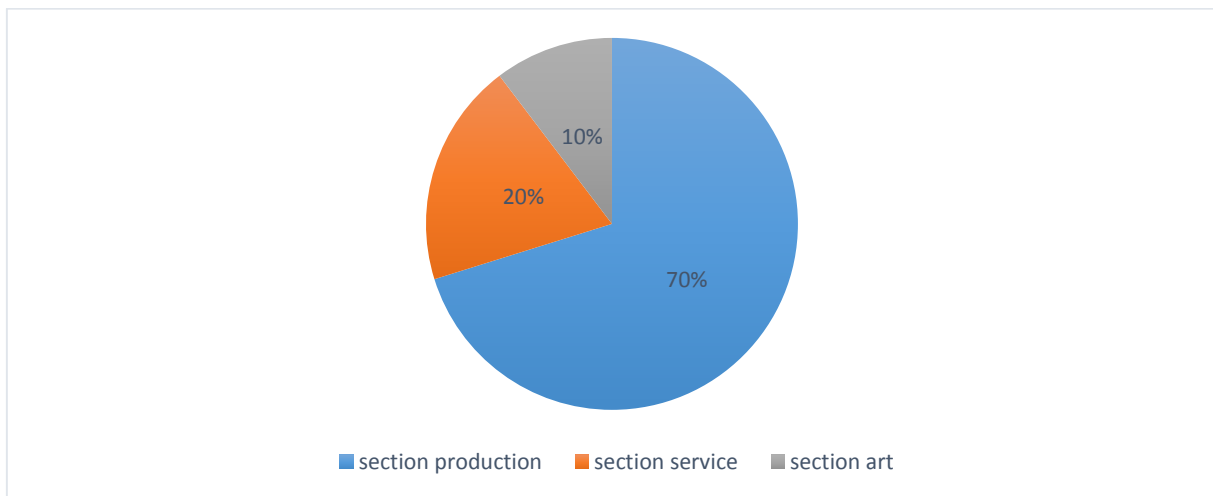
Pour mieux traiter la collecte des données, l'approche mixte qui combine la méthode qualitative à celle quantitative sera utilisée afin d'obtenir de meilleurs résultats dans notre recherche.

1.1.La méthode quantitative

Cette méthode consiste à quantifier les données que l'on veut recueillir sur le terrain. Pour cela, le questionnaire sera utilisé comme technique de recherche. Il convient donc de poser à un ensemble d'entrepreneurs artisans inscrits à la chambre des métiers, une série de questions portant sur leurs profils, leurs caractéristiques socioéconomiques de même sur les profils de leurs entreprises ou micro-entreprises artisanales. Cette approche permettra de montrer les facteurs déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor.

Etant donné que l'obtention de données concernant ce secteur reste encore difficile, nous allons nous fier aux données brutes fournies par la chambre des métiers de Ziguinchor. Ainsi, les 416 entreprises ou micro-entreprises inscrites à la CM en 2016 pour la commune de Ziguinchor nous servirons de base de données. Nous avons donc 416 entreprises inscrites dont 292 appartiennent à la section production soit un pourcentage de 70,2%, 81 appartiennent à la section service soit 19,5% et 43 pour la section art soit 10,3% en valeur relative. Le graphique suivant permet de mieux expliciter cette répartition.

Graphique 3 : répartition de l'échantillon utilisé selon la section



Source : chambre des métiers (voir annexe tableau 1)

Pour des contraintes de moyens, 60 entreprises artisanales correspondant exactement à 60 dirigeants d'entreprises seront enquêtées sur les 416 inscrites à la chambre des métiers. Donc en appliquant la méthode d'échantillonnage des quotas basée sur une répartition connue de la population, nous obtenons ainsi le nombre d'entreprises à enquêter par section.

Soit ET le nombre d'entreprises total à enquêter

EP le nombre d'entreprises à enquêter dans la section production

ES le nombre d'entreprises à enquêter dans la section service

Et EA le nombre d'entreprises à enquêter dans la section art. Nous aurons donc,

$$416/60 = 292/EP \quad \longleftrightarrow \quad 416EP = 292*60$$

$$\quad \longleftrightarrow \quad EP = 17520/416 = 42,11$$

$$\quad \longleftrightarrow \quad EP = 42 \text{ entreprises}$$

Nous aurons donc à enquêter 42 entreprises ou micro-entreprises de la section production dans la commune de Ziguinchor.

$$416/60 = 81/ES \quad \longleftrightarrow \quad 416ES = 81*60$$

$$\quad \longleftrightarrow \quad ES = 4860/416 = 11,68$$

$$\quad \longleftrightarrow \quad ES = 12 \text{ entreprises}$$

Ainsi, nous aurons à enquêter 12 entreprises de la section service au niveau de la commune de Ziguinchor.

$$416/60 = 43/EA \quad \longleftrightarrow \quad 416EA = 43*60$$

$$\quad \longleftrightarrow \quad EA = 2580/416 = 6,2$$

$$\quad \longleftrightarrow \quad EA = 6 \text{ entreprises}$$

Nous aurons également à enquêter 6 entreprises ou micro-entreprises de la section art au niveau de la commune.

Ce qui nous donne un total $ET = EP+ES+EA = 42+12+6 = 60$ entreprises.

En se référant aux calculs que nous venons d'effectuer, nous aurons les nombres suivants d'entreprises ou de micro-entreprises artisanales à enquêter : 42 de la section production, 12 de la section service et 6 de la section art ; ce qui fait un total de 60. Pour bien mener notre enquête section après section, la méthode de la probabilité proportionnelle à la taille des entreprises artisanales sera utilisée. Elle consiste à choisir les entreprises artisanales à enquêter quelle que soit leur zone d'installation au sein de la commune de Ziguinchor à partir d'un intervalle d'échantillonnage donné. Cette méthode permet d'ajouter la borne supérieure au nombre de l'intervalle d'échantillonnage définit qui détermine la première entreprise à enquêter dans chaque section pour trouver la prochaine sur la liste. Soit $[1 ; 5]$ notre intervalle d'échantillonnage et trois (3) le chiffre choisit appartenant à notre intervalle et qui montre que la troisième entreprise dans la liste des inscrits à la chambre des métiers de chaque section sera enquêtée. Pour connaître la deuxième entreprise à enquêter dans chacune des sections, on ajoute cinq (5) qui est la borne supérieure à 3 dans la liste, ce qui signifie que la huitième entreprise dans chaque section sera enquêtée. Ce processus se répétera jusqu'à ce qu'on ait atteint le nombre exact d'entreprises à enquêter dans chaque section. A la fin du processus, nous aurons enquêté exactement 42 entreprises de la section production, 12 de la section service et 6 de la section art.

En effet, l'objectif de l'enquête est de montrer les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor, en essayant de montrer également leurs profils sociodémographiques et leurs caractéristiques socioéconomiques mais aussi de montrer les profils des entreprises artisanales de ladite commune. Ce qui justifie la division du questionnaire en trois parties que sont :

- ❖ le profil sociodémographique des entrepreneurs artisans ;
- ❖ les caractéristiques socioéconomiques des entrepreneurs artisans ;
- ❖ le profil des entreprises ou micro-entreprises artisanales.

Cette technique de recherche ne pouvant pas à elle seule conduire à l'obtention des résultats souhaités, nous nous appuyerons également sur les données de l'approche qualitative.

1.2. La méthode qualitative

Elle consiste à l'utilisation de l'entretien comme technique de recherche. Dans cette procédure, un guide d'entretien est élaboré avec un ensemble de thématiques pour soumission

à des agents qui travaillent dans les institutions cibles à savoir la chambre de métiers, la direction des impôts et domaines et la direction de l'artisanat au sein du village artisanal de Ziguinchor. Pour obtenir des réponses aux questions posées de la façon la plus libérale et juste possible, une des variantes de l'enquête par entretien sera utilisée. Il s'agit de l'entretien semi directif en ce sens qu'il n'est ni entièrement fermé, ni trop canalisé par un grand nombre de questions ouvertes. L'interviewé parlera ouvertement et dans l'ordre qui lui convient. Néanmoins, nous nous efforcerons de recentrer l'entretien sur les objectifs chaque fois qu'il s'en écartera et de poser les questions auxquelles l'interviewé ne vient pas par lui-même au moment opportun. La méthode qualitative permet de mieux comprendre les explications théoriques sur les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor.

II. La méthode de traitement des données

Cette partie du travail concerne la procédure de traitement des données qualitatives et quantitatives recueillies dans les deux phases ci-dessus.

2.1. Le traitement des données qualitatives

Le traitement des données qualitatives obtenues au niveau de l'enquête par entretien se fera essentiellement par une analyse approfondie du contenu. Il permettra d'apprécier le travail de la chambre de métiers ainsi que celui de la direction du village artisanal, de la direction des impôts et domaines ; de répertorier les difficultés rencontrées dans ce secteur afin de proposer des recommandations mais également d'avoir des outils supplémentaires pour l'interprétation des résultats obtenus par l'étude économétrique.

2.2. Le traitement des données quantitatives

Il permet, à partir des données recueillies dans l'enquête, de mener une étude scientifique sur le secteur artisanal de la commune de Ziguinchor. Ainsi, nous allons d'abord faire une étude statistique pour montrer le profil des entrepreneurs artisans, leurs caractéristiques socioéconomiques et le profil des entreprises ou micro-entreprises artisanales de la commune de Ziguinchor puis mener une étude économétrique en utilisant la régression logistique ordinaire.

CHAPITRE 4 : ANALYSES DES RESULTATS ET DISCUSSIONS

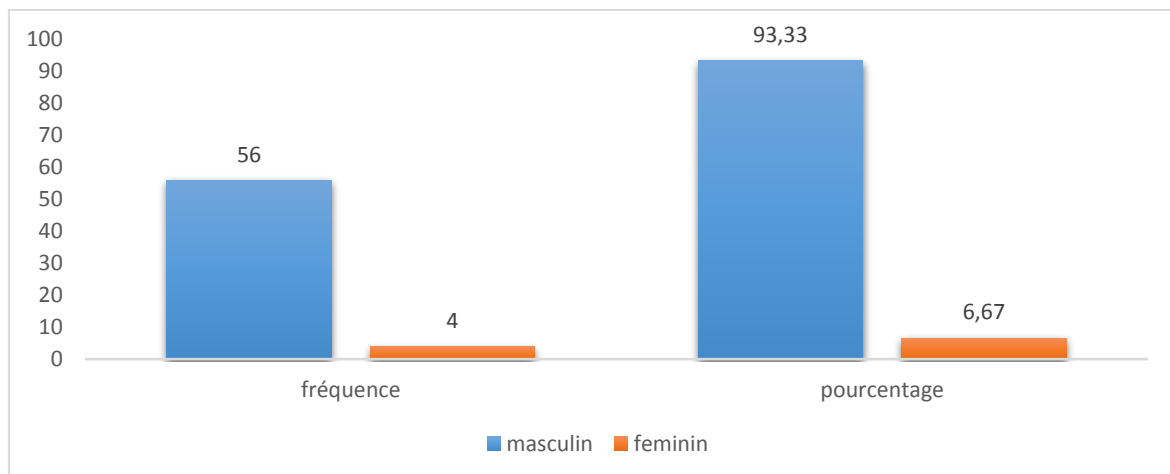
Dans ce chapitre, nous allons faire une présentation du profil des entrepreneurs artisans de la commune, de leurs caractéristiques socioéconomiques ainsi qu'une présentation du profil des entreprises ou micro-entreprises artisanales. Il sera aussi mené une analyse sur les résultats de la modélisation économétrique pour expliciter le déterminant qui a le plus d'effet sur l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor.

I. Analyses des résultats statistiques

1.1. Le profil sociodémographique des entrepreneurs artisans

La répartition de la population des entrepreneurs artisans montre que 93,33% des enquêtés sont des hommes contre 6,67% de femmes. Le graphique suivant permet de mieux voir cette répartition.

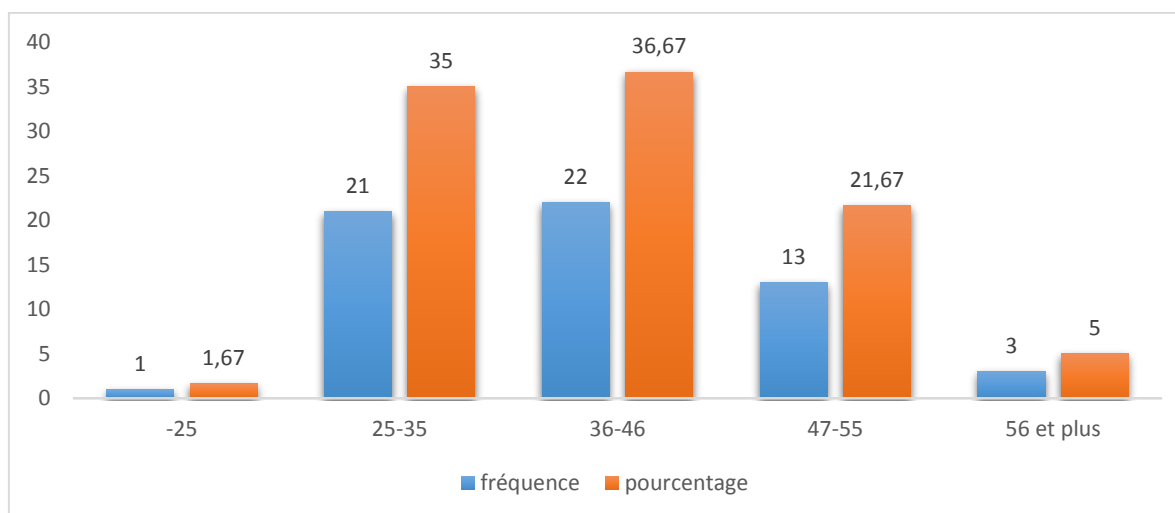
Graphique 4 : répartition des entrepreneurs selon le genre



Source : données enquêtes (voir annexe tableau 3)

Notons également que 73,33% des entrepreneurs sont des jeunes donc ayant un âge inférieur ou égal à 46 ans, 21,67% ont un âge compris entre 47-56 ans et seulement 5% des entrepreneurs ont plus de 56 ans. La moyenne d'âge des entrepreneurs artisans enquêtés est de 39 ans.

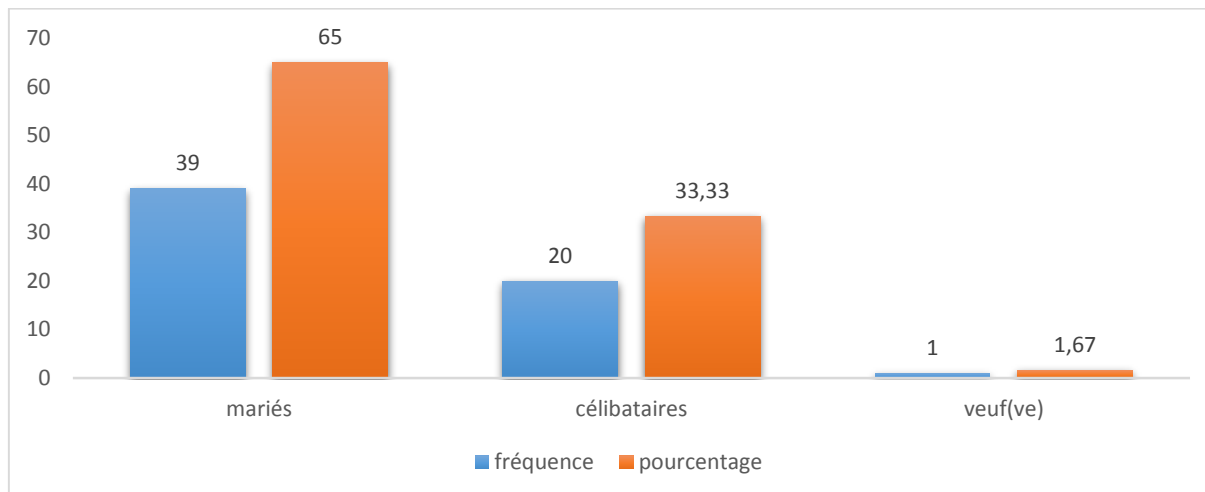
Graphique 5 : répartition des entrepreneurs artisans selon l'âge



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 4)

Partant de là et en s'intéressant à la situation matrimoniale des entrepreneurs, on constate une nette domination des hommes et femmes mariés. En effet, 65% des enquêtés sont des mariés, ce qui correspond à 39 entrepreneurs artisans en valeur absolue contre 20 célibataires soit 33,33% et une veuve. Le graphique suivant montre cette répartition.

Graphique 6 : répartition des entrepreneurs artisans selon la situation matrimoniale



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 5)

Le croisement de la situation matrimoniale et l'âge des entrepreneurs artisans, montre que le plus grand nombre de marié à un âge compris entre 36 et 46 ans soit 41% du total des mariés. Après viennent les mariés qui ont entre 47 et 55 ans soit 30,8% du total des mariés, puis ceux qui ont entre 25 et 35 ans. La majeure partie des célibataires a un âge compris entre 25 et 35 ans. Cependant, notons que la seule veuve a un âge supérieur à 56 ans.

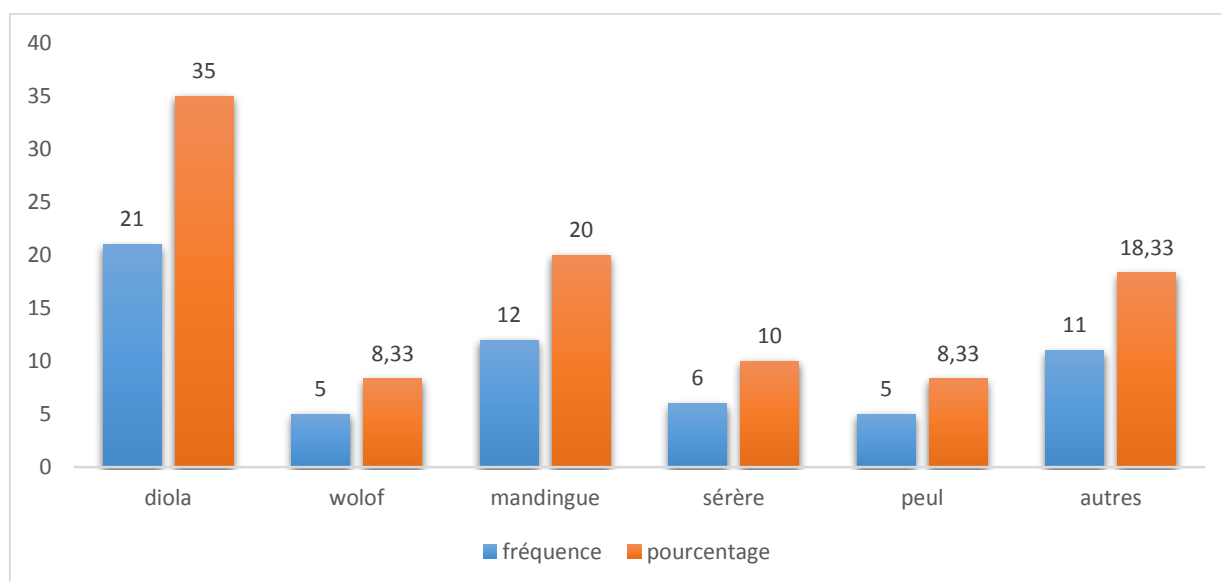
Tableau 9 : répartition des entrepreneurs artisans selon la situation matrimoniale et l'âge

situation matrimoniale/âge	-25	25-35	36-46	47-55	56 et plus	TOTAL
marié(e)	0	10	16	12	1	39
célibataire	1	11	6	1	1	20
divorcé	0	0	0	0	0	0
veuf (ve)	0	0	0	0	1	1
TOTAL	1	21	22	13	3	60

Source : données de l'enquête

L'enquête menée sur les entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor montre que 35% soit 21 entrepreneurs en valeur absolue sont de l'ethnie Diola, suivi des mandingues 20% soit un nombre de 12 entrepreneurs. Les autres (Balante, Soninké et Manjacque) occupent la troisième place avec un pourcentage de 18,33% correspondant à un effectif de 11 entrepreneurs, puis vient les sérères avec 6 entrepreneurs. Les wolofs et peuls sont à égalité avec chacune 5 entrepreneurs et représentent pour chacune 8,33% de la population comme le montre le graphique suivant.

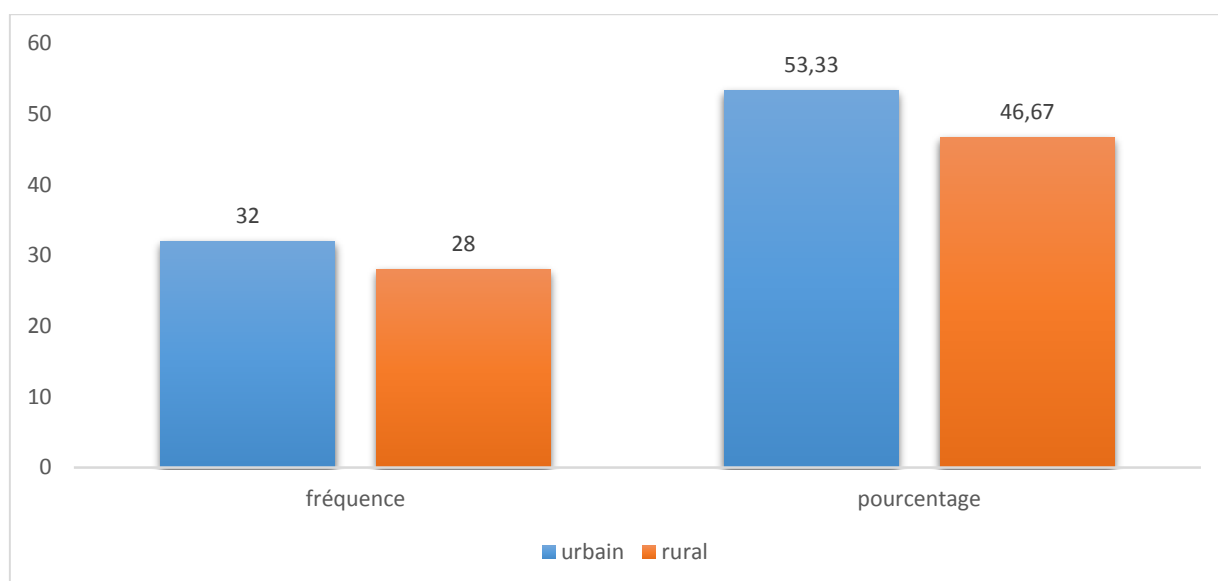
Graphique 7 : répartition des entrepreneurs selon leur ethnie



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 6)

Sur les 60 entrepreneurs artisans enquêtés, il y a 53,33% d'urbains contre 46,67% qui proviennent du milieu rural. On constate donc que la majeure partie des enquêtés sont du milieu urbain.

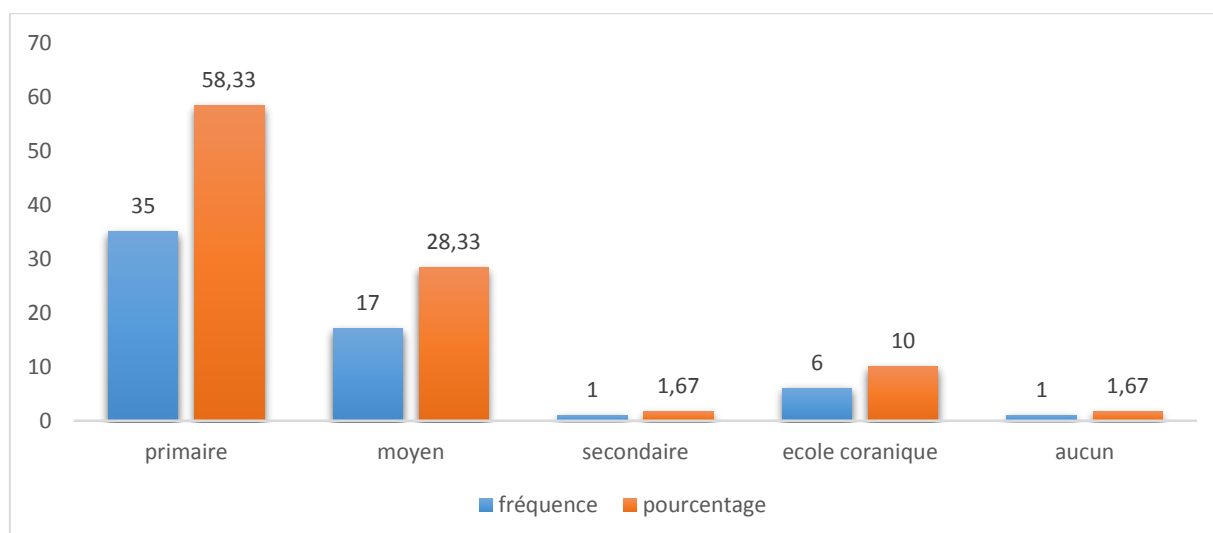
Graphique 8 : répartition des entrepreneurs selon le milieu de provenance



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 7)

Tous les entrepreneurs enquêtés ont eu à fréquenter l'école que ce soit l'école classique ou coranique à l'exception d'un seul. Remarquons que la majorité des enquêtés soit 58,33% des entrepreneurs artisans se sont arrêtés au niveau primaire. Ceux qui sont arrivés au niveau moyen ne représentent que 28,33%. Cependant, un seul entrepreneur a pu accéder au niveau secondaire et aucun n'a atteint le niveau supérieur. Notons aussi que 10% des enquêtés correspondant exactement à 6 entrepreneurs sont passés par l'école coranique. Le graphique ci-dessous montre cette répartition.

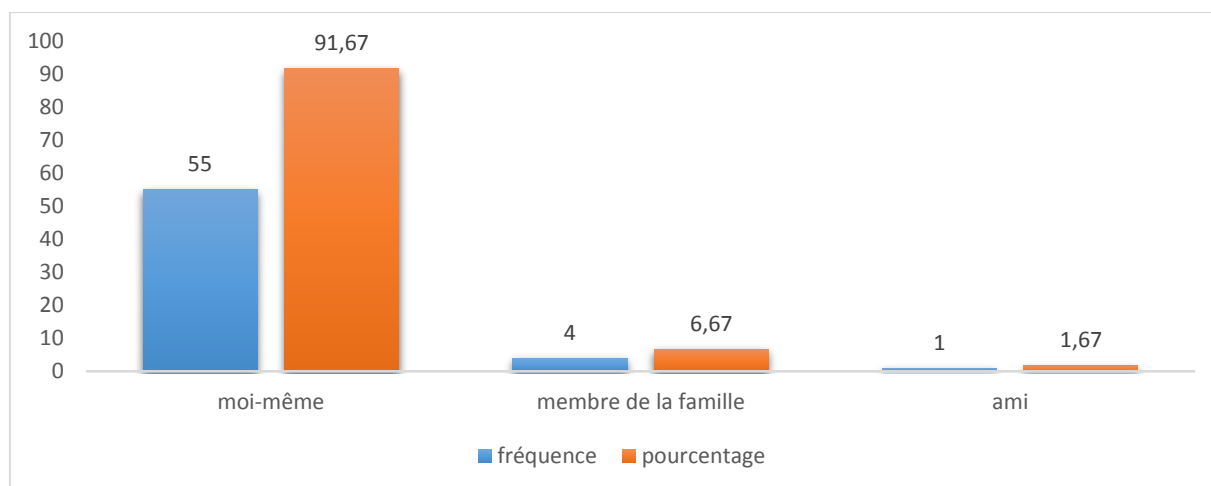
Graphique 9 : répartition des entrepreneurs selon le niveau d'étude



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 8)

Cinquante-cinq (55) des soixante (60) enquêtes soit 91,67% des entrepreneurs sont propriétaires de leurs entreprises contre 6,67% d'entreprises appartenant à un membre de la famille. Cependant, un seul entrepreneur dirige une entreprise artisanale appartenant à un ami. Ainsi, le graphique suivant nous permet de montrer cette disposition.

Graphique 10 : répartition des entrepreneurs selon la propriété



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 9)

Sur les 35 entrepreneurs artisans qui ont atteint le niveau primaire, seul 12 ont pu bénéficier d'une formation professionnelle. Pour le niveau moyen, on a 9 entrepreneurs sur un total de 17 qui ont eu à suivre une formation professionnelle. Le seul entrepreneur qui a atteint le niveau secondaire et les 6 qui ont fait l'école coranique n'ont pas bénéficié d'une formation professionnelle mais ont suivi une formation sur le tas. Le tableau suivant indique clairement cette répartition.

Tableau 10 : répartition des entrepreneurs selon le niveau d'étude et la formation professionnelle

niveau étude/formation professionnelle	oui	non	TOTAL
primaire	12	23	35
moyen	9	8	17
secondaire	0	1	1
supérieur	0	0	0
école coranique	0	6	6
aucun	0	1	1
TOTAL	21	39	60

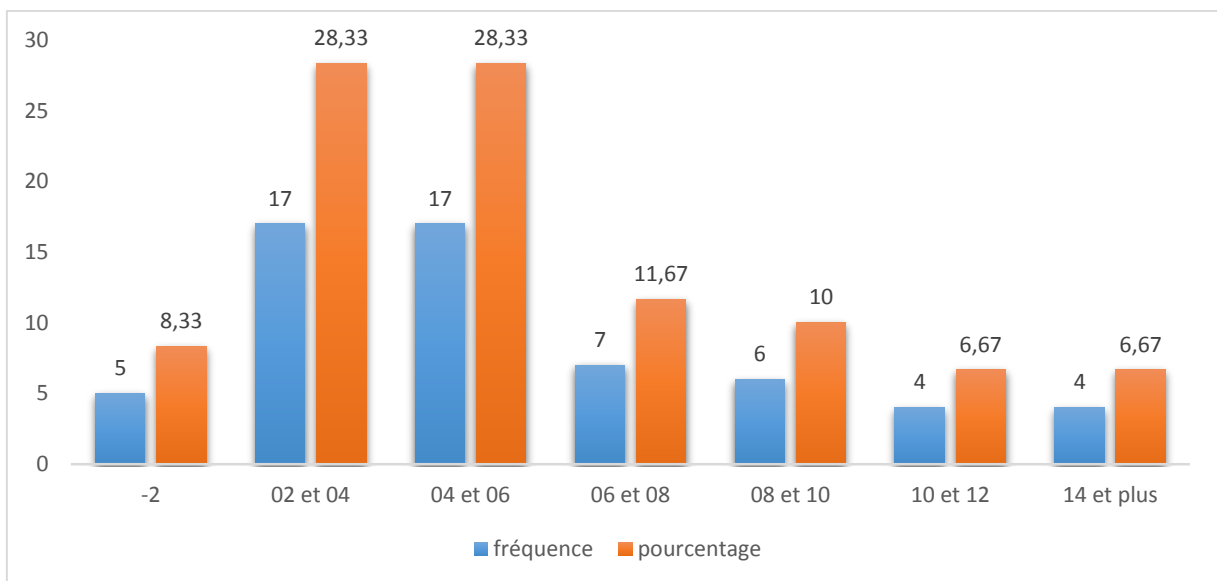
Source : données de l'enquête

Notons que sur les 21 qui ont suivi une formation professionnelle, 4 ont pu en bénéficier grâce à la chambre des métiers, 4 par les ONG, et 12 au niveau des centres régionaux de formation professionnelle (CRFP) (voir annexe tableau 10)

1.2. Caractéristiques socioéconomiques des entrepreneurs artisans

Les entreprises enquêtées dans la commune de Ziguinchor contribuent à la lutte contre le chômage surtout celui des jeunes. En effet, les entreprises emploient au total un effectif de 329 personnes soit une moyenne de 5 employés pour chaque entreprise. On constate qu'il y a 17 entrepreneurs qui emploient entre 2-4 travailleurs et également 17 autres qui emploient entre 4-6 personnes soit un pourcentage de 28,33% pour chacun. On a 7 entrepreneurs qui emploient entre 6-8 personnes, 6 qui emploient entre 8-10 travailleurs. Cependant, les entrepreneurs qui emploient plus de 14 travailleurs sont au nombre de 4 soit 6,67% et on a 5 entrepreneurs correspondant à 8,33% qui emploient moins de deux (02) personnes.

Graphique 11 : répartition des entrepreneurs selon l'effectif dans les entreprises

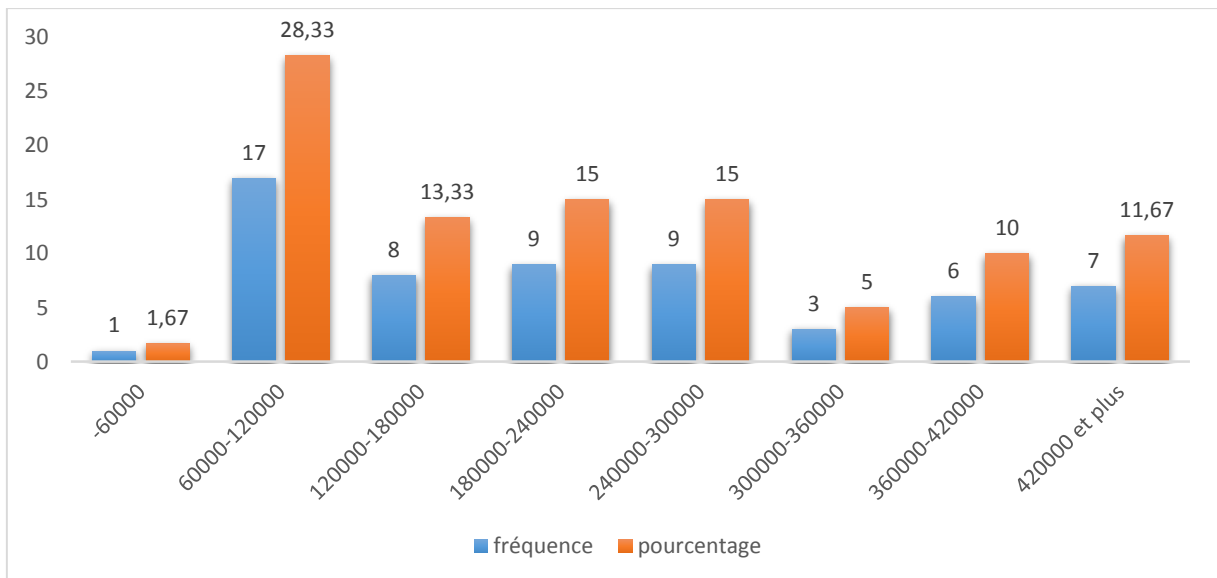


Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 11)

Les entreprises artisanales enquêtées dans la commune de Ziguinchor génèrent des revenus annuels évalués à 153 000 000f CFA soit 12 750 000f CFA de revenus mensuels pour une moyenne de 209 016f CFA par entreprise. La répartition selon le niveau de revenu des entrepreneurs artisans montre à première vue que 28,33% des entrepreneurs gagnent entre 60 000f CFA et 120 000f CFA par mois. On a autant d'entrepreneurs gagnant des revenus compris entre 180 000f CFA et 240 000f CFA qu'entre 240 000f CFA et 300 000f CFA par mois donc 9 entrepreneurs soit un pourcentage de 15% pour chaque tranche. Ceux gagnant des revenus

mensuels de 120 000f CFA à 180 000f CFA sont au nombre de 8, trois (03) gagnent entre 300 000f CFA et 360 000f CFA et six (06) gagnent des revenus de l'ordre de 360 000f CFA à 420 000f CFA. Cependant, on note que sept (07) entrepreneurs parmi les enquêtés gagnent plus de 420 000f CFA et un seul a moins de 60 000f CFA. Seul 8,3% des entrepreneurs artisans affirment avoir des activités secondaires génératrices de revenu contre 91,7% qui n'ont que le revenu issu de l'activité artisanale. (Voir annexe tableau 13).

Graphique 12 : répartition des entrepreneurs selon le niveau de revenu



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 12)

On remarque que 11 des 60 entrepreneurs déclarent avoir des salariés informels. Les autres n'emploient pas de salariés mais plutôt des apprentis. Ainsi, parmi les entreprises qui ont des salariés, deux d'entre elles versent des salaires compris entre 20000-40000 francs alors qu'il y a une seule qui paye des salaires compris entre 40000-60000 francs. Notons que la majeure partie des entreprises concernées paye des salaires compris entre 60000-80000 francs. Il n'y a que deux entreprises qui rémunèrent leurs travailleurs pour des montants allant de 80000 à 100000 francs.

Tableau 11 : répartition des entrepreneurs selon le nombre d'employé et par tranche de salaires versés

emploie/salaire	Moins de 20000	20000-40000	40000-60000	60000-80000	80000-100000	100000 et plus	aucun	TOTAL
-2	0	0	0	0	0	0	5	5
02-04	0	1	1	0	0	0	15	17
04-06	0	1	0	0	0	0	16	17
06-08	0	0	0	2	0	0	5	7
08-10	0	0	0	1	0	0	5	6
10-12	0	0	0	0	1	0	3	4
12-14	0	0	0	0	0	0	0	0
14 et plus	0	0	0	2	1	0	1	4
TOTAL	0	2	1	5	2	0	50	60

Source : données de l'enquête

Les entrepreneurs artisans de la commune ont en charge une population composée de 559²⁰ personnes soit une moyenne de 9 personnes par entrepreneur. La répartition des entrepreneurs selon le nombre de personnes en charge et la dépense de consommation montre que la majorité de ces entrepreneurs dépensent quotidiennement des montants allant de 2000 à 4000 francs et ont en charge des familles composées de 6-9, 9-12 et 12-15 membres pour la plupart. On remarque également que les entrepreneurs qui ont en charge entre 15-18 et plus de 18 personnes dépensent des montants compris entre 4000 et 6000 francs. Notons qu'aucun d'entre eux ne dépense au-delà de 6000 francs comme le montre le tableau suivant.

Tableau 12 : répartition des entrepreneurs selon le nombre de personnes en charge et la dépense quotidienne

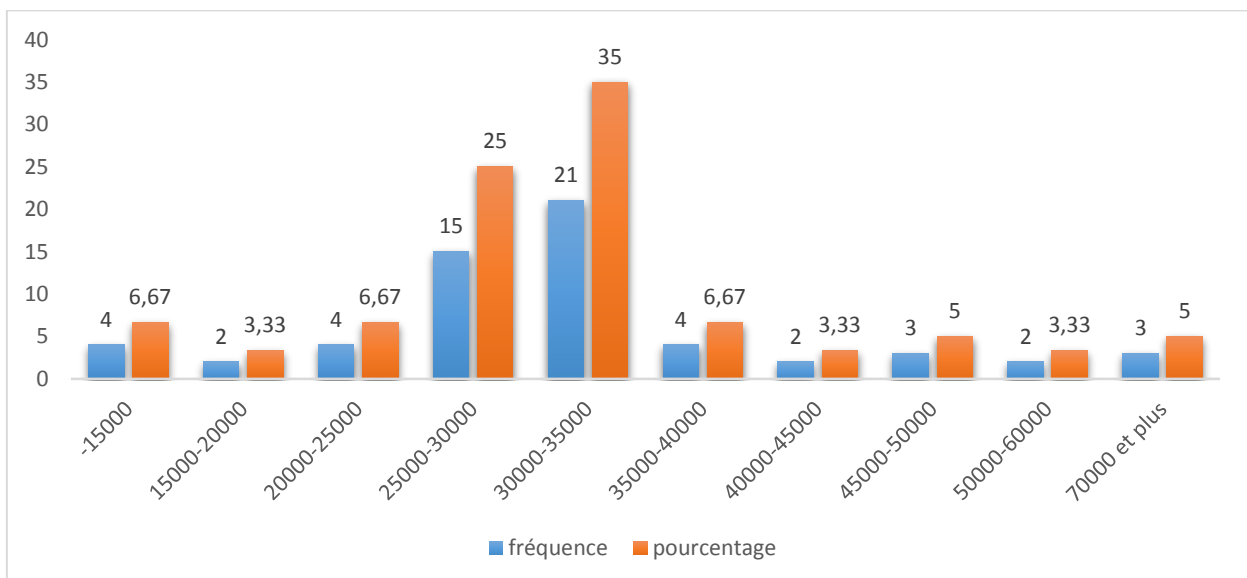
charge/dépense consommation	-2000	2000-4000	4000-6000	6000-8000	8000-10000	10000 et plus	TOTAL
-3	4	0	0	0	0	0	4
03-06	8	3	0	0	0	0	11
06-09	8	12	0	0	0	0	20
09-12	3	11	1	0	0	0	15
12-15	0	6	0	0	0	0	6
15-18	0	0	2	0	0	0	2
18 et plus	0	0	2	0	0	0	2
TOTAL	23	32	5	0	0	0	60

Source : données de l'enquête

²⁰ Enquête auprès des entrepreneurs artisans de la commune

Les entrepreneurs artisans enquêtés dans la commune de Ziguinchor payent des taxes annuelles communément appelées patentes évaluées à 1 950 000 f CFA soit une moyenne de 31 967 f CFA par entrepreneurs. Le montant minimum de la patente versée est de 10 000 f CFA alors que le maximum est plafonné à 100 000 f CFA. La répartition des patentes montre que 21 entrepreneurs soit 35% en valeur relative payent des montants compris entre 30 000 f CFA et 35 000 f CFA et 25% d'entre eux payent des montants allant de 25 000 f CFA à 30 000 f CFA. On a 4 entrepreneurs pour chacune de ces tranches qui payent des montants annuels compris entre 20 000-25 000 f CFA, 35 000-40 000 f CFA et moins de 15 000 f CFA. Notons que ceux qui payent entre 45 000-50 000 f CFA sont au nombre de trois (03) de même qu'il y a 3 autres payant des patentes de plus de 70 000 f CFA . Cette répartition est plus visible avec le graphique suivant obtenu à l'aide du tableau n° 14 (voir annexe).

Graphique 13 : répartition des entrepreneurs en fonction du montant de la taxe



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 14)

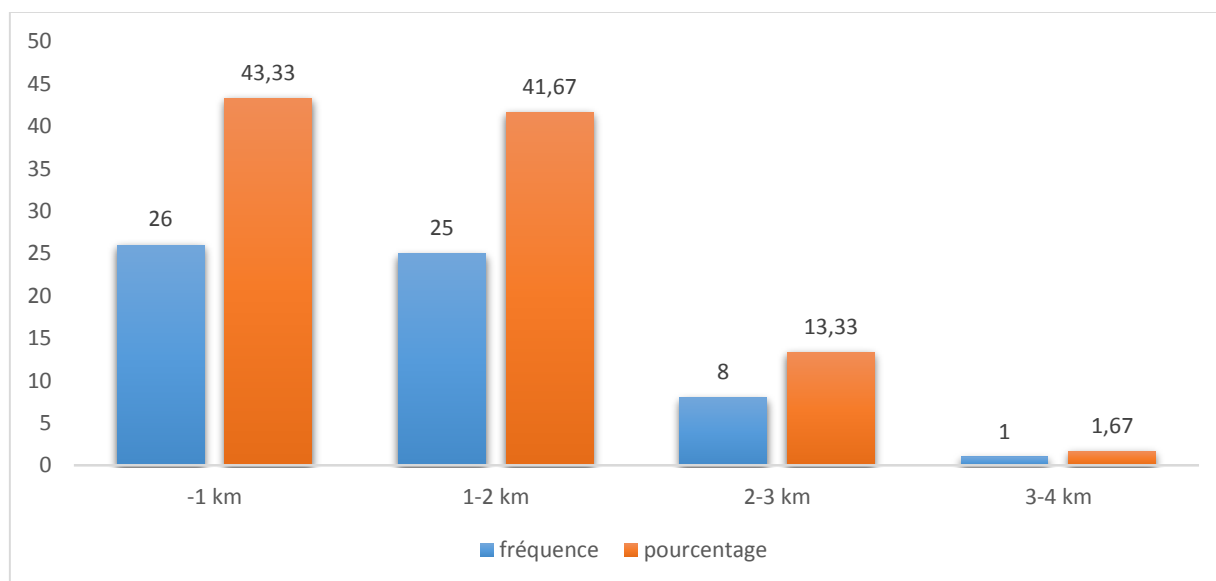
Les entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor font face à beaucoup de difficultés dans l'exercice de leurs métiers. Le rétrécissement de la clientèle est l'un des problèmes majeur que rencontre les entrepreneurs artisans. En effet, 68,3% des enquêtés déplorent le rétrécissement du marché dû à la conjoncture politico-économique de la région. Le manque de matériel de travail a été aussi souvent soulevé par les entrepreneurs qui condamnent plutôt leur cherté. On remarque également que lors de l'enquête, 41,7% des entrepreneurs ont déploré la difficulté de l'accès à l'approvisionnement en matière première surtout pour les menuisiers mais aussi pour ceux de la section art.

On constate que seul 1,7% déplorent les difficultés d'accès au crédit. En effet, sur les 60 entrepreneurs enquêtés, seul 10%²¹ ont eu accès à un financement et les autres affirment qu'ils n'ont jamais essayé une telle procédure (voir annexe tableau 15). Les autres problèmes soulevés et qui sont différent de ceux précités relèvent sur les rapports entre les entrepreneurs et leurs clients. En effet, certains entrepreneurs ont eu à déplorer le manque de sérieux des clients, de leur manque de compréhension par rapport à certaines situations notamment le retard dans les livraisons dû pour la plupart des cas à un retard dans l'approvisionnement des matières premières.

1.3. Profil des entreprises artisanales de la commune de Ziguinchor

La majorité des entreprises enquêtées au sein de la commune de Ziguinchor se trouve non loin du centre-ville. En effet, 85,0% des entreprises se situent à moins de deux kilomètres du centre-ville avec 43,33% d'entreprises se trouvant à une distance de moins d'un kilomètre. Le graphique suivant montre cette disposition.

Graphique 14 : répartition des entreprises selon la distance au centre-ville

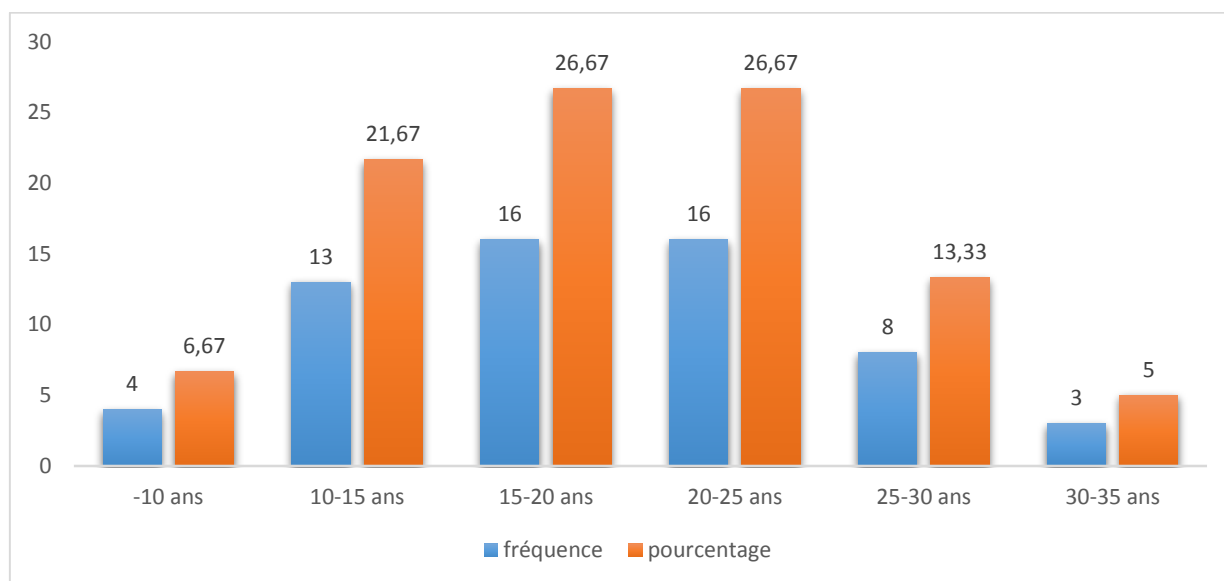


Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 16).

Cependant, nous remarquons que la majeure partie des entreprises a plus de 15 ans d'existence dans le milieu artisanal. Seulement 28,34% de ces dernières ont moins de 15 ans.

²¹ Enquête auprès des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor

Graphique 15 : répartition des entreprises artisanales selon le nombre d'années d'existence

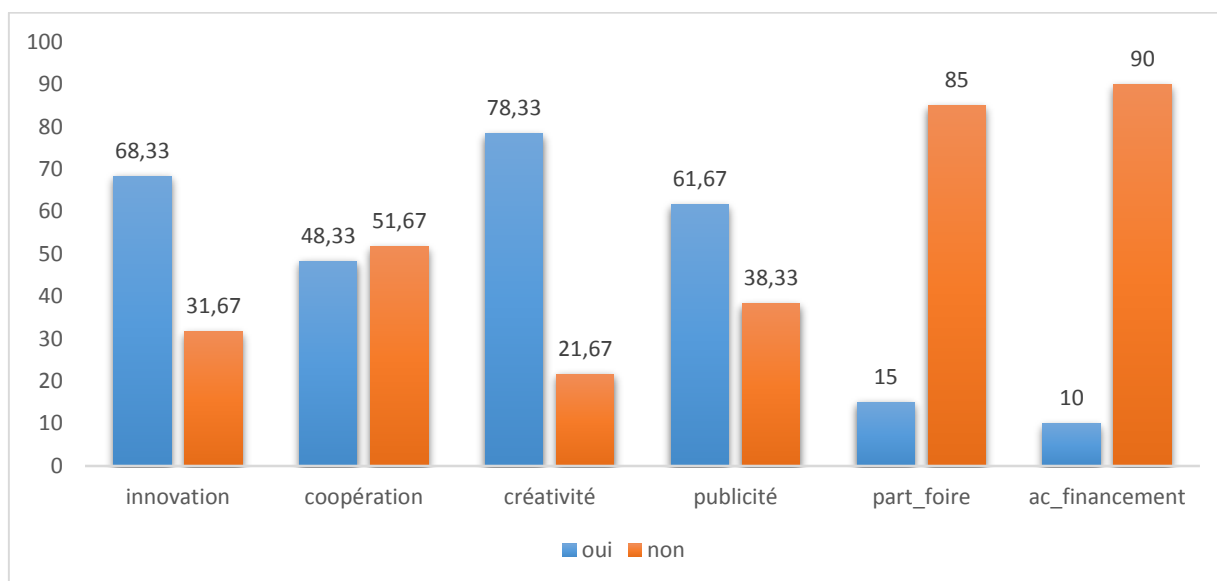


Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 17).

Dans leur fonctionnement, les entreprises mettent en place des méthodes ou stratégies de travail en vue de faire face à toute éventualité et de se faire des parts de marché, autrement dit de « tirer leur épingle du jeu ». C'est ainsi que les entrepreneurs adoptent des stratégies de travail différentes en fonction de leur capacité. Il s'agit ici de l'innovation, de la créativité, de la stratégie de coopération, de la stratégie de production en masse, de la publicité, la participation aux foires et de la recherche de financement pour certains. En effet, 68,33% des entrepreneurs se sont lancés dans un processus d'innovation aussi modeste soit-elle. 48,33% d'entre elles entrent en coopération pour la satisfaction de certaines commandes. Notons que 61,67% font la publicité de leurs produits contre 38,33%. Ils utilisent les réseaux sociaux, les médias locaux, les expositions devant leurs portails et les affiches. On constate cependant une faible participation des entreprises aux foires artisanales seulement 15%. Aussi, il n'y a que 10% des entreprises artisanales qui ont bénéficiées d'un financement contre 90%²² qui ne l'ont jamais obtenue. Ces résultats obtenus sont répertoriés dans le graphique suivant :

²² Enquête auprès des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor

Graphique 16 : répartition en pourcentage de quelques stratégies utilisées par les entreprises



Source : données de l'enquête (voir annexe tableau 20)

Alors qu'est-ce qui peut expliquer l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor ? Statistiquement, le tableau suivant semble apporter des réponses primaires à notre question.

Tableau 13 : répartition des variables exogènes selon les réponses apportées

Noms des variables	Noms sous stata	Réponses en %	
		oui	non
Age	age	-	-
Milieu de provenance	milieu1*	53,33%	46,67%
Niveau étude	educ*	98,33%	1,67%
Genre	genre1*	93,33%	6,67%
Innovation	innov*	68,33%	31,67%
Créativité	creat*	78,33%	21,67%
Coopération	coop*	48,33%	51,67%
Situation matrimoniale	situatio	-	-
Ancienneté de l'entreprise	ancienne	-	-
Propriété de l'entreprise	propriet	-	-
Nombre d'employés	emploi	-	-
Publicité	pub*	61,67%	38,33%
Influence distance	in_distance*	80,00%	20,00%
Accès au financement	ac_finance*	10,00%	90,00%

Source : données de l'enquête

Pour des raisons liées à la rigueur scientifique, nous allons utiliser la méthode de la régression économétrique appropriée afin d'apporter des réponses claires concernant les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor.

II. Analyses des résultats de la régression et discussions

2.1.Présentation du modèle

La régression logistique est une technique très populaire pour analyser les dépendances entre une variable à expliquer (dépendante, endogène) et une ou plusieurs variables explicatives (indépendantes, exogènes) quantitatives et qualitatives ordinales ou nominales. L'approche peut être facilement généralisée à l'explication des valeurs prises par une variable dépendante qualitative ordinaire à K (K > 2) modalités²³. Dans notre cas, il s'agit de modéliser les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor et la régression logistique polytomique ordinaire utilisée est celle des logits

²³ http://eric.univ-lyon2.fr/~ricco/cours/slides/regression_logistique_polytomique.pdf

adjacents. L'idée des logits adjacents est de modéliser l'odds-ratio (rapports de chance des probabilités pour des catégories adjacentes) du passage d'une catégorie à l'autre avec une combinaison linéaire des variables explicatives. Le modèle se présente comme suit :

$$\ln \frac{P(Y = k+1 / X)}{P(Y = k / X)} = a_{0,k} + a_{1,k}X_1 + \dots + a_{J,k}X_J, k = 1, \dots, K-1$$

Où K représente le nombre de modalités et $a_{j,k}$ les coefficients à estimer dans chaque équation.

Une simplification du modèle initial serait d'écrire les Logits adjacents de la manière suivante :

$$\ln \frac{P(Y = k+1 / X)}{P(Y = k / X)} = a_{0,k} + a_1X_1 + \dots + a_JX_J, k = 1, \dots, K-1$$

Ainsi, (k-1) équations sont calculés avec (k-1) x (j+1) paramètres à estimer.

En posant $\Pi_k(\omega) = P(Y(\omega) = y_k / X(\omega))$

$$\begin{cases} LOGIT_1(\omega) = \ln \left[\frac{\pi_1(\omega)}{\pi_2(\omega)} \right] = a_{0,1} + a_{1,1}X_1(\omega) + \dots + a_{J,1}X_J(\omega) \\ \dots \\ LOGIT_{K-1}(\omega) = \ln \left[\frac{\pi_{K-1}(\omega)}{\pi_K(\omega)} \right] = a_{0,K-1} + a_{1,K-1}X_1(\omega) + \dots + a_{J,K-1}X_J(\omega) \end{cases}$$

Avec $\sum_{k=1}^K \Pi_k(\omega) = 1$

L'estimation des coefficients inconnus du modèle se fait par maximum de vraisemblance.

Notons que la méthode retenue pour effectuer la régression est celle appelée « Stepwise » dite aussi méthode des pas à pas. En effet, c'est une méthode qui combine les procédures descendantes²⁴ et ascendantes²⁵ de la régression. L'idée consiste à éliminer les variables non significatives une à une en commençant par la moins significative. Elle ne garde que les variables significatives.

L'interprétation des résultats se fera comme recommandée par cette méthodologie c'est-à-dire l'utilisation des odds-ratios. L'odd-ratio (OR) est définie par la formule suivante :

²⁴ Cette méthode examine non pas toutes les régressions possibles mais uniquement une régression pour chaque nombre r de variables explicatives

²⁵ Cette méthode examine un modèle avec une seule variable explicative puis introduction une à une d'autres variables explicatives

$$OR_j = e^{\hat{\alpha}_j}, \quad \text{Avec } \hat{\alpha}_j = \begin{bmatrix} \hat{\alpha}_{j,1} \\ \hat{\alpha}_{j,2} \\ \vdots \\ \hat{\alpha}_{j,k-1} \end{bmatrix}$$

Ainsi, les odds-ratios seront calculés pour chaque coefficient $\hat{\alpha}_j$ des variables explicatives.

La fonction de répartition de la loi logistique est la suivante

$$F(\omega) = \frac{e^{\omega}}{1 + e^{\omega}} = \frac{1}{1 + e^{-\omega}} \quad \forall \omega \in \mathbb{R}$$

De moyenne 0 et de variance $\pi^2/3$.

➤ **Choix des variables**

Les variables choisies pour expliquer les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor sont à la fois intrinsèques et extrinsèques à l'entrepreneur artisan. Certaines d'entre elles ont été fournies par la revue de la littérature tandis que d'autres ont été une proposition de l'auteur.

Polge (2008) dans « Diversité des entreprises artisanales en développement » met en avant le rôle important de l'innovation, la coopération, et la créativité comme des facteurs stratégiques au développement de l'entreprise artisanale.

Rouault (2001) dans « Les revenus des indépendants et dirigeants : la valorisation du bagage personnel » montre que l'âge, le milieu de provenance et le niveau d'étude ont une influence positive sur l'amélioration du revenu des travailleurs indépendants informels.

Bellache et al. (2014), étudiant les déterminants des revenus du secteur informel à Bejaia ont montré que l'âge et le genre agissent significativement sur les gains des travailleurs du secteur informel.

Les autres variables sont proposées par l'auteur afin de voir leurs effets sur l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor. Il s'agit principalement de :

- L'ancienneté de l'entreprise pour essayer de montrer si ça lui confère une notoriété et une expérience lui permettant de se constituer une clientèle fidèle et donc d'avoir une part de marché importante ;
- Propriété de l'entreprise pour voir si la propriété ou non de l'entreprise agit sur le revenu des entrepreneurs artisans
- L'effectif dans les entreprises ;
- La pratique de la publicité pour plus de visibilité des produits artisanaux proposés ;

- L'influence de la distance pour voir si selon que l'entreprise soit proche ou pas du centre- ville influe sur les ventes de cette dernière ;
- L'accès au financement pour montrer son effet sur le développement des activités artisanales au sein de la commune.
- Bien que utilisée par Kuepie et al. (2009) et n'ayant aucun effet sur les revenus des travailleurs du secteur informel dans les pays de l'UEMOA, la variable situation matrimoniale sera repris dans notre modèle concernant l'identification des déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor.

Le tableau suivant montre un récapitulatif de toutes les variables utilisées dans notre régression.

Tableau 14 : récapitulatif des variables du modèle

Noms des variables	Noms sous stata
Age	age
Milieu de provenance	milieu1*
Niveau étude	educ*
Genre	genre1*
Innovation	innov*
Créativité	creat*
Coopération	coop*
Situation matrimoniale	situatio
Ancienneté de l'entreprise	ancienne
Propriété de l'entreprise	propiet
Nombre d'employés	emploi
Publicité	pub*
Influence distance	in_distance*
Accès au financement	ac_finance* ²⁶

Source : données de l'enquête

Notre équation de régression est :

²⁶ Les variables avec le signe (*) sont transformées en variables « dummy » pour les besoins de la régression. Pour la variable genre1, 1=homme et 0=femme et pour milieu1, 1=urbain, 0=rural ; toutes les autres correspondent à 1=où, 0=non. Les autres variables sans signe sont laissées comme répondues dans le questionnaire.

$$\ln [P (Y=k+1/X) / P (Y= k/X)] = a_0 + a_1*age + a_2*milieu1 + a_3*educ + a_4*genre1 + a_5*Innov + a_6*Creat + a_7*Coop + a_8*situatio + a_9*ancienne + a_{10}*propriet + a_{11}*emploie + a_{12}*Pub + a_{13}*In_distance + a_{14}*Ac_finance$$

2.2.Présentation des résultats de la régression

Cette partie concerne la présentation des résultats obtenus avec la méthode Stepwise au seuil $\alpha=5\%$. Rappelons que cette méthode procède par élimination des variables non significatives et ne conserve que celles qui sont significatives. Ainsi, l'interprétation des résultats se fait en utilisant les odds-ratios.

Tableau 15 : régression avec estimation des paramètres a_j

```
Ordered logistic regression          Number of obs   =          60
                                   LR chi2(5)      =          35.86
                                   Prob > chi2       =          0.0000
Log likelihood = -95.713805         Pseudo R2      =          0.1578
```

revenu	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
age	-.7627374	.3188946	-2.39	0.017	-1.387759	-.1377155
ancienne	.0908709	.0456307	1.99	0.046	.0014365	.1803054
innov	1.176683	.5651236	2.08	0.037	.069061	2.284305
situatio	-1.394656	.4962496	-2.81	0.005	-2.367287	-.4220247
emploie	.6995625	.1797523	3.89	0.000	.3472545	1.05187

Source : stata

Tableau 16 : régression avec estimation des odds-ratios

```
Ordered logistic regression          Number of obs   =          60
                                   LR chi2(5)      =          35.86
                                   Prob > chi2       =          0.0000
Log likelihood = -95.713805         Pseudo R2      =          0.1578
```

revenu	Odds Ratio	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
age	.466388	.1487286	-2.39	0.017	.249634	.8713466
ancienne	1.095128	.0499714	1.99	0.046	1.001438	1.197583
innov	3.243597	1.833033	2.08	0.037	1.071502	9.818859
situatio	.2479183	.1230294	-2.81	0.005	.0937347	.6557178
emploie	2.012872	.3618183	3.89	0.000	1.415177	2.863001

Source : stata

- Test de la significativité individuelle des variables

Le test utilisé ici est celui de Wald. En effet, pour la régression logistique chaque coefficient d'une variable explicative doit être testé pour chaque logits calculé. Ainsi, les hypothèses sont les suivantes :

H0 : $a_{j,k} = 0$, le coefficient de la variable j est égal à zéro dans toutes les équations

H1 : $a_{j,k} \neq 0$, le coefficient de la variable j est différent de zéro dans une des équations

L'idée est de chercher à rejeter l'hypothèse nulle. Les coefficients sont testés au seuil $\alpha=5\%$. On n'accepte pas l'hypothèse nulle si $P > |z| < 0,05$.

On remarque que, pour la variable « age », la probabilité 0,017 est inférieure à 0,05. On n'accepte pas donc l'hypothèse nulle, ce qui signifie que le paramètre $\hat{\alpha}_1$ est significativement différent de 0 au moins dans une des équations. La variable explicative « age » explique bien le modèle.

La probabilité de la variable « ancienne » est égale à 0,046 inférieure donc à 0,05. L'hypothèse nulle n'est pas acceptée. Le paramètre $\hat{\alpha}_9$ est significativement différent de 0 au moins dans une des équations. La variable « ancienne » explique le modèle.

Pour la variable « innov », on a une probabilité qui est égale à 0,037 inférieure à 0,05 donc on n'accepte pas l'hypothèse nulle. Le paramètre $\hat{\alpha}_5$ est donc significativement différent de 0 au moins dans une des équations. Cette variable explique bien le modèle.

On constate également que la variable « situatio » a une probabilité égale à 0,005 qui est inférieure à 0,05. On n'accepte pas l'hypothèse nulle, ce qui signifie que le paramètre $\hat{\alpha}_8$ est significativement différent de 0 au moins dans une des équations. La variable explicative « situatio » explique le modèle.

On remarque également, que la variable « emploi » a une probabilité égale à 0,000 inférieure à 0,05 donc on accepte l'hypothèse alternative. Ce qui signifie que le paramètre $\hat{\alpha}_{11}$ est significativement différent de 0 au moins dans une des équations. La variable « emploi » explique bien le modèle

On conclut donc qu'au seuil $\alpha=5\%$, les variables significatives du modèle sont l'âge, l'ancienneté de l'entreprise, l'innovation, le statut matrimonial et l'effectif dans les entreprises.

➤ Test de la significativité globale du modèle

C'est le test du khi-2 qui est utilisé au seuil $\alpha=5\%$.

$H_0 : \forall k, a_{j,k} = 0$, aucune des variables n'a d'effet sur le modèle

$H_1 : \exists k, a_{j,k} \neq 0$, au moins une des variables a un effet sur le modèle

En se référant à la $Prob > \chi^2 = 0,0000$, on conclut que l'hypothèse nulle n'est pas acceptée et donc le modèle est globalement significatif.

➤ Test de normalité des résidus

Contrairement au modèle linéaire, les résidus ne doivent pas suivre une loi normale vu le modèle utilisé. Ainsi si les résidus suivent une loi normale, autrement si H_0 est accepté, le modèle utilisé n'est pas bon. Etant donné que le nombre d'observations est supérieur à 30, on utilise donc le test de Jarque BERA pour sa robustesse.

Les hypothèses sont les suivantes :

H_0 : les résidus suivent une loi normale

H_1 : les résidus ne suivent pas une loi normale

Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 17 : test de normalité des erreurs

```
. sktest resid
```

Skewness/Kurtosis tests for Normality					
Variable	Obs	Pr (Skewness)	Pr (Kurtosis)	adj chi2 (2)	joint Prob>chi2
resid	60	0.0000	0.0000	.	0.0000

Source : stata

On constate que la probabilité $Prob > \chi^2 = 0.0000$ est inférieure à 0.05, donc l'hypothèse nulle n'est pas acceptée.

Les erreurs ne suivent pas une loi normale donc l'utilisation de la régression linéaire n'est pas appropriée pour notre recherche.

Le modèle estimé retenu dans le cadre de notre recherche est alors le suivant :

$$\ln [P (Y=k+1/X) / P (Y= k/X)] = -0.7627374*age + 0.0908709*ancienne + 1.176683*innov - 1.394656*situatio + 0.6995625*emploie$$

2.3. Analyses et discussions

La régression logistique polytomique ordinale effectuée par la méthode Stepwise a montré que le modèle est globalement significatif au seuil $\alpha=5\%$. De même, toutes les variables prises individuellement ont un effet significatif sur le modèle. Le test de normalité des résidus effectué a montré que l'utilisation d'un modèle de régression linéaire n'est pas appropriée dans cette étude. Ceci justifie donc l'utilisation du modèle logistique qui est plus approprié dans ce type de recherche.

La variable explicative « age » a un coefficient négatif donc évolue disproportionnellement par rapport au revenu. Plus l'âge augmente, plus la probabilité que le revenu diminue augmente. Ce résultat vient en contradiction avec les résultats obtenus par Kuepie et al (2009) qui montrent que l'âge n'a aucun effet sur les revenus des indépendants du secteur informel mais aussi avec Rouault (2001) qui montre que plus l'âge augmente, plus le revenu s'améliore. En effet, dans notre étude, les entrepreneurs artisans les moins âgés ont 0,46 fois plus de chance de voir leurs revenus s'améliorer par rapport aux entrepreneurs les plus âgés. Les jeunes ont plus de capacité physique et organisationnelle pour diriger et motiver une équipe de travail dans le but d'accroître les revenus de l'entreprise.

L'ancienneté de l'entreprise a un impact positif sur l'amélioration du revenu artisanal des entrepreneurs. En effet, cette variable évolue dans le même sens par rapport à l'augmentation du revenu. Plus l'entreprise est ancienne, plus la probabilité que son revenu s'améliore augmente. Les entrepreneurs dont leurs entreprises sont plus anciennes dans le secteur ont 1,09 fois plus de chance de voir leurs revenus s'améliorer par rapport aux entreprises nouvelles toutes choses égales par ailleurs. L'ancienneté confère à l'entreprise une clientèle fidèle que l'on peut assimiler à une sorte de « brevet », donc l'obtention de commandes de façon régulière. Les entreprises les plus anciennes s'en sortent mieux comme l'a affirmé un des entrepreneurs enquêtés : « moi il n'y a pas longtemps que je me suis installé ici, pour le moment je n'ai pas assez de clients car ceux qui viennent ne vont que chez leurs fournisseurs habituels ».

Le dynamisme des entreprises artisanales en matière d'innovation est encore mal connu car il a été longtemps occulté par les modes d'investigations utilisés dans les études. Les enquêtes se sont majoritairement cantonnées à mesurer l'innovation technologique dans les grandes entreprises, avec des indicateurs quantitatifs limités aux activités de recherche et développement (R&D): budget consacré à la recherche, effectifs affectés à la R&D, nombre de brevets déposés, etc. Ce type d'approche exclut *de facto* les TPE des études. Il est également

réducteur car il ignore les innovations organisationnelles ou de services. En effet, dans la commune de Ziguinchor, l'innovation des entreprises artisanales contribue fortement à l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans. Cette innovation prenant en compte les produits ainsi que les processus organisationnels et de services contribue à améliorer les revenus. Ainsi, les entreprises qui innovent ont 3,24 fois plus de chance de voir leurs revenus s'améliorer par rapport à celles qui n'innovent pas car cela permet non seulement de mettre de nouveaux biens et services améliorés sur le marché mais aussi d'attirer plus la clientèle. Ceci vient en accord avec S. Boutillier (2010, p.16) lorsqu'elle écrit dans son document de travail au laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation que « l'innovation peut revêtir différents aspects (produits, processus, organisations), mais aussi elle peut-être radicale (fabrication d'un produit inédit) ou bien incrémentale (un processus continu fait de petites adaptations continues). Ce qui importe en premier lieu est que l'innovation renforce la position de l'entreprise artisanale sur son marché et/ou lui permet d'accroître son chiffre d'affaire ». Dans ce même sillage, Mr Boubacar DIEDHIOU agent technique à la CM dit que : *« l'une des méthodes pour mieux aider les entreprises artisanales de la commune à se développer, de pouvoir même exporter leurs produits vers l'extérieur et générer plus de revenu, c'est de les orienter dans une démarche de travail innovatrice. C'est en cela que nous organisons, avec l'appui des partenaires, des formations allant dans ce sens ».*

Contrairement à Kuepie et al qui stipule que le statut matrimoniale n'a aucun effet sur l'amélioration des gains des travailleurs du secteur informel au sein de la zone UEMOA, dans notre recherche, cette variable a un effet sur le niveau de revenu des entrepreneurs artisans. Quand on quitte de la situation de marié à la situation de non marié, on constate que le revenu des entrepreneurs diminue. Les entrepreneurs artisans mariés ont 0,24 fois plus de chance de voir une amélioration du niveau de leur revenu que les entrepreneurs non mariés. En effet, les mariés ayant plus de charge vont se mettre dans une logique de travail afin d'accroître leurs gains artisanaux et subvenir ainsi aux besoins de leurs familles. Ceci se confirme car en regardant les tableaux croisés de la situation matrimoniale avec le nombre de personnes en charge ou encore avec la dépense de consommation quotidienne, on voit nettement que les mariés ont plus de charge et dépensent plus que les autres (voir tableaux 18 et 19 de l'annexe).

La variable « emploie » représente l'effectif des individus dans les entreprises artisanales. La relation entre le nombre de personnes dans les entreprises et le revenu est positive. Plus l'effectif dans les entreprises n'augmente, plus la probabilité que le revenu des entrepreneurs artisans

augmente. Les entreprises artisanales qui ont plus de travailleurs ont 2,01 plus de chance de voir leurs revenus s'améliorer. Les entreprises artisanales de grande taille « en terme d'effectifs » effectuent leur travail plus rapidement donc une livraison des commandes en temps réel. Elles ont ainsi un gain en temps et en productivité. Etant donné que la plupart des employés ne sont pas des salariés, ils ne constituent donc pas une charge importante pour l'entrepreneur artisan.

Cependant, contrairement à Rouault (2001) pour qui le niveau d'étude et le milieu de provenance influent sur le revenu des indépendants informels, dans notre modèle concernant l'étude sur les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune, ces variables n'ont aucun effet.

CONCLUSION

Le secteur de l'artisanat de la commune de Ziguinchor en particulier et du Sénégal en général joue un rôle important que ce soit sur le plan économique ou social. Il absorbe 30 à 60% de la main d'œuvre urbaine avec une contribution au PIB de près de 18 %. L'étude a montré que les entrepreneurs artisans contribuent au développement de l'économie locale. Par leurs activités au quotidien, ils génèrent des revenus annuels qui se chiffrent à 153 000 000 de FCA et payent des taxes pour un montant annuel de 1 950 000 FCFA. Ils emploient 329 individus et ont en charge plus de 559 personnes.

A la question que nous nous sommes posés au départ à savoir quels sont les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor, nous avons pu apporter quelques réponses à ce questionnement. En effet, certains facteurs intrinsèques et/ou extrinsèques aux entrepreneurs artisans de la commune de Ziguinchor, expliquent l'amélioration de leurs revenus. Les variables que sont l'ancienneté de l'entreprise, l'innovation et le nombre d'employés évoluent dans le même sens que le revenu des entrepreneurs. Les deux autres variables à savoir l'âge et le statut matrimonial bien qu'évoluant disproportionnellement par rapport à la variable expliquée, expliquent significativement le modèle au seuil $\alpha=5\%$. Dans la commune de Ziguinchor, les facteurs qui ont un impact sur l'amélioration des revenus des entrepreneurs artisans sont donc l'âge de l'entrepreneur, l'ancienneté de son entreprise, l'innovation, le statut matrimonial et le nombre d'employés dans les entreprises artisanales.

Cependant, certains problèmes ont été notés lors de la collecte de données notamment le refus de certains entrepreneurs de répondre à certaines questions et l'insuffisance des données pour ce qui concerne la commune de Ziguinchor. Néanmoins, certaines recommandations ont été proposées pour une bonne marche du secteur artisanal. Il s'agit principalement de :

- Mettre en place des politiques d'aides et d'accompagnements en faveur des entreprises artisanales pour une meilleure culture de l'innovation
- Mettre en place des politiques d'aides à l'auto-emploi des jeunes artisans
- Mettre en place un cadre de concertation entre entrepreneurs artisans et les dirigeants du secteur artisanal
- Développer des programmes d'aide à la vulgarisation des produits artisanaux locaux
- Faciliter l'approvisionnement des artisans en matière première

Cette étude serait beaucoup plus intéressante si seulement elle concernait tout le secteur informel de la région de Ziguinchor.

Bibliographie

OUVRAGES

Bragard, et al. (1987). « *Le nouvel entrepreneur* », Étude du CIEDSM, Liège, Université de Liège, mimeo.

Boutillier, S. (2010). « *L'artisan entre histoire et théorie économique* », 18 p.

Cantillon, R. (1997). « *Essai sur la nature du commerce en général* », Réédition I.N.E.D, Paris, (première édition : 1755).

David, M. (1998). « *Brève histoire de l'artisanat* », Les cahiers de l'ISM.

Drucker, P. (1985). « *Les entrepreneurs* », Editions Lattés, 344 p.

Julien, P.A. et Marchesnay, M. (1988). « *La petite entreprise* », Vuibert gestion, 288 p.

Mardellat, R. (1997). « *Pratiques commerciales et représentations dans l'artisanat, Pratiques sociales : représentations* », sous la direction de J.C.ABRIC, Psychologie Sociale.

Marshall, A. (1971). « *Principes d'économie politique* », Tome I, Gordon et Breach, Paris, 662p.

Miles, M. B. et Huberman A.M. (2003). « *Analyse des données qualitatives* », 2ème Edition, De Boeck supérieur, 626 p.

Picard, C. (2009). « *La représentation identitaire de l'entreprise artisanale in Traité de l'artisanat et de la Petite Entreprise* », sous la direction de S. Boutillier, M. David, C. Fournier, Educaweb.

Ricardo, D. (1933). « *Principes de l'économie politique et de l'impôt* », Tome 1, Alfred Costes, 225p, (première édition anglaise intitulée "*The Principles of Political Economy and Taxation*" : 1817).

Say, J.B. (1972). « *Traité d'économie politique* », Editions Calmann, Paris, p. 74-75, (première édition : 1803).

Schumpeter, J. (1935). « *Théorie de l'évolution économique* », Edition Dalloz, Paris, p. 41-42, (Première édition anglaise intitulée "*The Theory of Economic Development*" : 1911).

Smith, A. (1991). « *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations* », Edition

Flammarion, Paris, p. 122 et 335, (première édition anglaise intitulée "*An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*": 1776).

Verin, H. (1982). « *Entrepreneurs, entreprises : histoire d'une idée* », PUF, Paris.

REVUES

Bellache Youghourta et al, (2014). « Secteur informel et segmentation de l'emploi à Bejaia (Algérie) : déterminants et fonctions de gains », *Monde en développement*, n° 166, p. 31-44.

Duperray P. (2012). « Comment les dirigeants de petite structure se représentent-ils le développement de leur affaire ? », *Humanisme et Entreprise*, n° 307, p. 29-48, DOI 10.3917/hume.307.0029

Fourcade, C et Polge M. (2006). « Le développement de l'entreprise artisanale comme vecteur d'innovation », *Humanisme et entreprise*, n°280, Décembre, p. 25-141

Fourcade, C. et Polge M. (2008). «Le développement incrémental de l'entreprise artisanale : Des innovations dans la tradition ? », *Revue française de Gestion*, Dossier n° 185, p. 125-140.

Inkpen, A.C. et TSANG, E.W.K. (2005). «Social Capital, networks and knowledge Transfer », *Academy of Management Review*, vol 30, p. 146-165.

Julien, P.A, (1992). "The Entrepreneur and Economic Theory", *International Small Business Journal*, vol. 4, n° 3, p. 29.39.

Kuepie, N. et Roubaud F., (2009). « Education and earnings in urban West Africa », *Journal of Comparative Economics*, 37 (3) (2009) 491–515. IRD, DIAL, France; CEPS/INSTEAD, Luxembourg.

Leibenstein, H. (1968). "Entrepreneurship and Development", *American Economic Review*, vol. 58, n° 2, p. 72-83.

Polge, M. (2008). « Les stratégies entrepreneuriales de développement : le cas de l'entreprise artisanale », *Revue française de gestion*, n° 185, p. 125-140, DOI 10.3166/rfg.185.125-140.

Paturel, R. et Richomme, K. (2007). « Le devenir de l'activité artisanale passe-t-il par l'activité entrepreneuriale ? », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 6, n° 1.

Picard, C. (2006). « La représentation identitaire de la TPE artisanale », *Revue Internationale PME*, n° Spécial sur l'artisanat, vol 19, n° 3-4, p. 1 – 49.

Rouault, D. (2001). « Les revenus des indépendants et dirigeants : la valorisation du bagage personnel », *In Economie et statistique*, n°348, p. 35-59.

Savoie, B. (1992) « Petites entreprises de l'artisanat, du commerce et des services », INSEE, Résultats N°185-186, *Système productif*, n° 48- 49.

THESES

Picard, C. (2000). « La dynamique d'évolution de l'entreprise artisanale à la PME : une analyse en termes de changement d'identité », Thèse en Sciences de Gestion, Université de Savoie.

Richomme, K. (2000). « Contribution à la compréhension du système de gestion des entreprises artisanales », Thèse en Sciences de Gestion, Montpellier I.

Siméoni, M. (1999). « La stratégie de la firme artisanale : Essai d'interprétation de sa conception et de sa mise en œuvre par la notion de Savoir-faire », Thèse en Sciences de Gestion, Corte

RAPPORTS

ANSD/SRSD (2013). Ziguinchor : Situation Economique et Sociale régionale, 126 p.

ANSD (2011). Rapport Enquête de Suivi de la Pauvreté au Sénégal, 191 p

ANSD (2011). Rapport Enquête Nationale sur le Secteur Informel au Sénégal, 64 p

Direction de l'artisanat (2005). « Recensement national des unités artisanales du Sénégal », présentation des résultats, 45 p.

Direction des petites et moyennes entreprises, (2009). « Rapport final de l'étude sur l'offre et la demande de financement des PME au Sénégal », 89 p.

La Kora .PRD, (2001). « Rapport de l'étude sur le marché de l'ameublement et des huisseries au Sénégal », 67 p.

Ministère de la PME, de l'entrepreneuriat féminin et de la microfinance (2004). « Rapport final microfinance et financement des PME et MPE, 56 p.

SITES INTERNET

https://www.cairn.info/recherche_avancee.php, consulté le 11-05-2016

<http://www.persee.fr>, consulté le 11-05-2016

<http://www.scholarvox.com>, consulté le 11-05 2016

www.au-senegal.com, consulté le 25-01-2017

<http://abcafrique.com/fr/politiques-publiques-tourisme-et-artisanat-senegal/problematiques-tourisme-et-artisanat-senegal> , consulté le 08-05-2016

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/revenu/69091>, consulté le 02-01-2016

http://eric.univ-lyon2.fr/~ricco/cours/slides/regression_logistique_polytomique.pdf, mis en ligne le 20 septembre 2015, consulté le 11-12-2016

Annexe 1 : résultats de la statistique descriptive

Tableau 1 : Répartition des entreprises artisanales de la commune inscrites à la CM en 2016 selon la section

Sections	effectifs	pourcentages
section production	292	70%
section art	43	10%
section service	81	19%
Total	416	100%

Source : chambre des métiers

Tableau 2 : Répartition des entreprises artisanales inscrites à la CM selon la section et le département

section/département	Ziguinchor	Bignona	Oussouye	Total
production	327	83	49	459
Art	50	28	21	99
Service	91	38	6	135
Total	468	149	76	693

Source : chambre des métiers

Tableau 3 : Répartition des entrepreneurs artisans selon le genre

genre	Nombre d'observations	Fréquence
masculin	56	93,30%
féminin	4	6,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 4 : Répartition des entrepreneurs artisans selon l'âge

âge	Nombre d'observations	Fréquence
-25	1	1,70%
25-35	21	35,00%
36-46	22	36,70%
47-55	13	21,70%
56 et plus	3	5,00%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 5 : Répartition des entrepreneurs artisans selon la situation matrimoniale

situation matrimoniale	Nombre d'observations	Fréquence
marié(e)	39	65,00%
célibataire	20	33,30%
divorcé	0	0,00%
Veuf (ve)	1	1,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 6 : Répartition selon l'ethnie

ethnie	Nombre d'observations	Fréquence
diola	21	35,00%
wolof	5	8,30%
mandingue	12	20,00%
sérère	6	10,00%
peul	5	8,30%
autres (à préciser)	11	18,30%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 7 : Répartition selon le milieu de provenance

milieu	Nombre d'observations	Fréquence
urbain	32	53,30%
rural	28	46,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 8 : Répartition selon le niveau d'étude

niveau étude	Nombre d'observations	Fréquence
primaire	35	58,30%
secondaire	17	28,30%
moyen	1	1,70%
supérieur	0	0,00%
école coranique	6	10,00%
aucun	1	1,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 9 : Répartition des entrepreneurs selon la propriété

propriété	Nombre d'observations	Fréquence
moi-même	55	91,70%
membre de la famille	4	6,70%
ami	1	1,70%
Autres (à préciser)	0	0,00%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 10 : Répartition des entrepreneurs selon la source de la formation

organismes formations	Nombre d'observations	Fréquence
chambre de métiers	4	6,70%
ONG	4	6,70%
CRFP	12	20,00%
Autres (à préciser)	1	1,70%
aucun	39	65,00%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 11 : Répartition des entrepreneurs selon le nombre d'employé

emploi	Nombre d'observations	Fréquence
Moins de 2	5	8,30%
02-04	17	28,30%
04-06	17	28,30%
06-08	7	11,70%
08-10	6	10,00%
10-12	4	6,70%
12-14	0	0,00%
14 et plus	4	6,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 12 : Répartition selon le niveau de revenu

revenu	Nombre d'observations	Fréquence
-60000	1	1,70%
60000-120000	17	28,30%
120000-180000	8	13,30%
180000-240000	9	15,00%
240000-300000	9	15,00%
300000-360000	3	5,00%
360000-420000	6	10,00%
420000 et plus	7	11,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 13 : Répartition des entrepreneurs selon le revenu secondaire

autre revenu	Nombre d'observations	Fréquence
oui	5	8,30%
non	55	91,70%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 14 : Répartition des entrepreneurs selon le montant de la taxe annuelle

montant taxe	Nombre d'observations	Fréquence
-15000	4	6,70%
15000-20000	2	3,30%
20000-25000	4	6,70%
25000-30000	15	25,00%
30000-35000	21	35,00%
35000-40000	4	6,70%
40000-45000	2	3,30%
45000-50000	3	5,00%
50000-60000	2	3,30%
60000-70000	0	0,00%
70000 et plus	3	5,00%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 15 : Répartition des entrepreneurs artisans en fonction des difficultés rencontrées

difficultés	Nombre d'observations	Fréquence
rétrécissement marché	41	68,30%
taxes et autres paiements à l'Etat	0	0,00%
manque de matériel de travail	29	48,30%
difficulté d'accès au crédit	1	1,70%
approvisionnement matières premières	25	41,70%
Autres (à préciser)	8	13,30%
TOTAL OBS.	60	

Source : données de l'enquête

NB : Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

Tableau 16 : Répartition des entreprises selon la distance par rapport au centre-ville

distance ville	Nombre d'observations	Fréquence
-1 km	26	43,30%
1-2 km	25	41,70%
2-3 km	8	13,30%
3-4 km	1	1,70%
4 km et plus	0	0,00%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 17 : Répartition des entreprises selon le nombre d'années d'existence

nombre d'années d'existence	Nombre d'observations	Fréquence
-10 ans	4	6,70%
10-15 ans	13	21,70%
15-20 ans	16	26,70%
20-25 ans	16	26,70%
25-30 ans	8	13,30%
30-35 ans	3	5,00%
35-40 ans	0	0,00%
40 ans et plus	0	0,00%
TOTAL OBS.	60	100%

Source : données de l'enquête

Tableau 18 : Répartition situation matrimoniale et dépense à la consommation

situation matrimoniale/dépense consommation	Moins 2000	2000-4000	4000-6000	6000-8000	8000-10000	10000 et plus	TOTAL
marié(e)	10	25	4	0	0	0	39
Célibataire	12	7	1	0	0	0	20
Divorcé	0	0	0	0	0	0	0
veuf (ve)	1	0	0	0	0	0	1
TOTAL	23	32	5	0	0	0	60

Source : données de l'enquête

Tableau 19 : Répartition selon la situation matrimoniale et le nombre de personnes en charge

situation matrimoniale/charge	Moins 3	3-6	6-9	9-12	12-15	15- 18	18 et plus	TOTAL
marié(e)	0	6	14	11	4	2	2	39
célibataire	3	5	6	4	2	0	0	20
divorcé	0	0	0	0	0	0	0	0
veuf (ve)	1	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	4	11	20	15	6	2	2	60

Source : données de l'enquête

Tableau 20 : répartition en pourcentage de quelques stratégies utilisées par les entreprises

stratégies	réponses en %	
	oui	non
innovation	68,33	31,67
coopération	48,33	51,67
créativité	78,33	21,67
publicité	61,67	38,33
part_foire	15	85
ac_financement	10	90

Source : données de l'enquête

Annexe 2 : Guide d'entretien

1. Quelles sont les principales missions de votre institution ?
2. Quelle politique avez-vous adopté pour aider les entrepreneurs artisans ?
3. Comment trouvez-vous l'activité artisanale dans la commune de Ziguinchor ?
4. L'artisanat contribue-t-il à la lutte contre la pauvreté dans la commune ?
5. Quels problèmes rencontrez-vous avec les artisans dans l'exercice de votre fonction ?
6. Quelles sont les solutions que vous préconisez ?
7. Comment fixez-vous la patente que payent les entrepreneurs artisans ?
8. Qu'est-ce qui peut conduire à une amélioration du revenu des entrepreneurs artisans au sein de la commune ?
9. Qu'est-ce qui explique cette augmentation continue du nombre d'entreprises artisanales ?

Annexe 3 : Questionnaire

Résumé

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS :	I
DEDICACE.....	III
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	IV
LISTE DES TABLEAUX	VI
LISTE DES GRAPHIQUES.....	VII
SOMMAIRE	1
Introduction Générale.....	2
I. Contexte et problématique	2
II. Les objectifs de la recherche	3
a. L'objectif général	3
b. Les objectifs spécifiques	3
III. L'intérêt du sujet	4
IV. Plan du travail.....	4
Première partie : Revue de la littérature et contexte de l'étude.....	5
Chapitre 1 : LA REVUE CRITIQUE DE LA LITTERATURE	6
I. Le cadre conceptuel	6
1. Le concept d'artisanat et d'entreprise artisanale	6
1.1. Pluralité des visions et des définitions de l'artisanat et de l'entreprise artisanale	6
1.2. L'entreprise artisanale définie par son système de gestion et sa stratégie	7
2. Le concept d'entrepreneur	7
2.1. De l'origine du concept	7
2.2. Au personnage mythique	8
1.3. Qui s'estompe au détriment du manager	9
2.4. Et qui renaît avec J. SCHUMPETER	10
2.5. L'entrepreneur à l'aube du troisième millénaire	10
3. Le concept de revenu	10
II. Les stratégies de développement de l'entreprise artisanale et leurs relations	11
1. Les stratégies entrepreneuriales de développement de l'entreprise artisanale	11
2. Les relations entre les trois stratégies entrepreneuriales de développement	14
II. Les déterminants de l'amélioration du revenu des entrepreneurs artisans.....	15
CHAPITRE 2 : L'ARTISANAT AU SENEGAL.....	17
I. La place de l'artisanat dans l'économie Sénégalaise	17
1.1. Rôle et place de l'artisanat au Sénégal	17
1.2. Les contraintes du secteur artisanal sénégalais et les solutions proposées	22

II. Le secteur artisanal de la région de Ziguinchor.....	24
2.1. Présentation de la région de Ziguinchor	24
2.2. Le secteur de l'artisanat dans la région de Ziguinchor	26
Deuxième partie : L'approche empirique.....	30
CHAPITRE 3 : LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	31
I. Les méthodes de collecte des données.....	31
1.1. La méthode quantitative	31
1.2. La méthode qualitative	33
II. La méthode de traitement des données.....	34
2.1. Le traitement des données qualitatives	34
2.2. Le traitement des données quantitatives	34
CHAPITRE 4 : ANALYSES DES RESULTATS ET DISCUSSIONS.....	35
I. Analyses des résultats statistiques.....	35
1.1. Le profil sociodémographique des entrepreneurs artisans	35
1.2. Caractéristiques socioéconomiques des entrepreneurs artisans	40
1.3. Profil des entreprises artisanales de la commune de Ziguinchor	44
II. Analyses des résultats de la régression et discussions.....	47
2.1. Présentation du modèle	47
2.2. Présentation des résultats de la régression	51
2.3. Analyses et discussions	54
CONCLUSION	57
Bibliographie.....	58
Annexe 1 : résultats de la statistique descriptive.....	62
Annexe 2 : Guide d'entretien	68
Annexe 3 : Questionnaire.....	69
Résumé.....	71

